

DAFTAR PUSTAKA

- Ahn, T., Ik Suh, Y., Lee, J. K., & Pedersen, P. M. (2014). Understanding purchasing intentions in secondary sports ticket websites. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 16(1), 35–49.
- Aisyah, A.I.N. 2021. Pengaruh Sosial Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bibit Tanaman Herbal dalam Perspektif Agribisnis Hortikultura Biofarmaka. *Prosiding Seminar Nasional* :317-327.
- Aljazzaf, Z. M., Perry, M., & Capretz, M. A. M. 2010. *Online trust: Definition and principles*. *Proceedings - 5th International Multi-Conference on Computing in the Global Information Technology*, 163–168.
- Andhini, A. dan Khuzaini. 2017. Pengaruh transaksi *online shopping*, dan kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen pada *e-commerce*. *Jurnal ilmu dan riset manajemen*, 6(7): 1-23.
- Anhar, R.A. dan I. Haryati. 2020. Analisis Persepsi Konsumen Pada Pemasaran Di Media Online. *Dimensi*, 9(3): 412-421.
- Anita, A., & Fitri, K. 2021. Sistem Pendukung Keputusan Untuk Menentukan Tingkat Minat Masyarakat Dalam Memilih Tanaman Hias Menggunakan Metode Saw. *Rang Teknik Journal*, 4(1): 199–205. <https://doi.org/10.31869/rtj.v4i1.2454>.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*. Cetakan 14. Rineka Cipta, Jakarta.
- Arimbi, D.F. 2020. Pengaruh *Digital marketing* terhadap Minat Beli Konsumen (Studi kasus pada pengguna aplikasi shopee). Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, Yogyakarta.
- Asnahwati. 2021. Prospek bisnis tanaman hias di masa pandemi COVID-19 (Studi Kasus pada Alhuda Business Community Pekanbaru). *Eko Dan Bisnis (Riau Economics and Business Review)*, 12(3): 307–313.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). 2020. Laporan Survei Internet APJII 2019 – 2020. <https://apjii.or.id/survei>.
- Badan Pusat Statistika Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. 2020. *Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Angka*. Badan Pusat Statistik Provinsi D.I Yogyakarta, Yogyakarta.
- Badan Pusat Statistika Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. 2021. *Statistik E-commerce 2021*. Badan Pusat Statistik Provinsi D.I Yogyakarta, Yogyakarta.
- Badan Pusat Statistika. 2021. *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2021*. Badan Pusat Statistika, Jakarta.
- Badan Pusat Statistika Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. 2022. *Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Angka*. Badan Pusat Statistik Provinsi D.I Yogyakarta, Yogyakarta.
- Chen, Y. T. and T. Y. Chou. 2012. Exploring the continuance intentions of consumers for B2C *online shopping*: perspectives of fairness and trust. *Online Information Review* 36: 104-125.
- Chaffey, D. 2009. *E-Business and E-Commerce Management*. 4th Edition. Prentice Hall, Inc. New Jersey.
- Damayanti, R.P. dan A. Susanti. 2021. Antesenden Keputusan Pembelian Tanaman Hias Pada Masa Pandemi Di Surakarta. *Jurnal Lentera Bisnis* 10(2): 172-181.
- Darma, B. 2021. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Guepedia, Bogor.

- Dewi, A. T. 2018. Analisis strategi pemasaran bouquet bunga (studi kasus: toko Floriz, Kelurahan PuloBrayan Bengkel Baru, Kecamatan Medan Timur). Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Evinola. 2019. Mengenal Ruang Lingkup Tanaman Hias. Uwais Inspirasi Indonesia, Ponorogo.
- Febrinal, M. 2021. Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian Tanaman Hias Dan Perlengkapannya Di Tinjau Dari Ekonomi Syariah (Studi Kasus Ibu-Ibu Di Kelurahan Air Putih, Kecamatan Tuah Madani, Kota Pekanbaru). Skripsi Thesis, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Gefen, D. dan D. Straub. 2000. The relative importance of perceived ease of use in is adoption: a study of e-commerce adoption. *Journal of the Association for Information Systems* 1 : 1-30.
- Ghozali, I. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 9. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gong, W., R. L. Stump, dan L. M. Maddox. 2013. Factors influencing consumers' *online* shopping in China. *Journal of asia business studies* 7: 214-230.
- Hair, et. al. 2010. *Multivariate Data Analysis, Seventh Editions*. Prentice Hall, New Jersey.
- Hermuningsih, S. dan K. Wardani. 2016. Persepsi Mahasiswa Terhadap Metode Simulasi *Online Trading* Di Bursa Efek Indonesia Di Fakultas Ekonomi Yogyakarta. *Ekobis* 17(2): 199-207.
- Heryati, Y. 2015. Model Program Dan Pelaksanaan Perkuliahan Mku Bahasa Indonesia (Studi Deskriptif-Analitis Terhadap Program Dan Pelaksanaan Perkuliahan Mku Bahasa Indonesia Di Fakultas Sain Dan Teknologi Uin Sunan Gunung Djati Bandung). *Jurnal Istek*, 9(1):122-140.
- Hidayah, I.N. 2020. Penerapan *Pemasaran digital* Sebagai Strategi Pemasaran Pada Usaha Cv. Ratatia Indonesia Rumbai Ditinjau Menurut Ekonomi Islam. Skripsi. Fakultas Syariah dan Hukum. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru.
- Hussain, A., Mkpojiogu, E. O. C., & Yusof, M. M. (2016). Perceived usefulness, perceived ease of use, and perceived enjoyment as drivers for the user acceptance of interactive mobile maps. *AIP Conference Proceedings*, 1761.
- Internet Word Stats. 2021. Internet Usage Statistics. <https://www.internetworldstats.com/>. Diakses pada 3 Januari 2023.
- Istiqomah, Z. Hidayat, dan A. Jariah. 2019. Analisis pengaruh kepercayaan, iklan, dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian disitus Shopee di Kota Lumajang. *Progress Conference* 2(1): 557-563.
- Iriani, F. 2020. *Fisiologi Pascapanen untuk Tanaman Hortikultura*. Deepublish, Yogyakarta.
- Iqbaria, M. 1994. An Examination of Factor Contributing to Micro Computer Technology Acceptance. *Journal of Information System Quarterly*, 13(6): 349-361.
- Javadi, M. H. M., H. R. Dolatabadi, M. Nourbakhsh, A. Poursaeedi, dan A. R. Asadollahi. 2012. An analysis of factors affecting on *online* shopping behavior of consumers. *International Journal of Marketing Studies* 4: 81-98.
- Jogiyanto, H.M. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Andi, Yogyakarta.
- Jogiyanto, H. M. 2008. *Sistem Informasi Keperilakuan Edisi Revisi*. Andi, Yogyakarta.
- Juanim. 2004. Analisis Jalur dalam Riset Pemasaran Teknik Pengolahan Data SPSS & Lisrel. Fakultas Ekonomi Universitas Pasundan Bandung, Bandung.

- Kotler, P. 2002. Manajemen Pemasaran Edisi Milenium 1. Pearson Education Asia Pte. Ltd. dan PT Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, P. 2005. Manajemen Pemasaran Edisi Millenium. PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, P. dan G. Amstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1, Edisi 13. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2011. Principles of Marketing: 14th Edition. Pearson Education Inc., New Jersey.
- Kotler, P. dan G. Amstrong. 2013. Manajemen Pemasaran Edisi Millenium, Jilid 1 dan 2. PT. Peralindo, Jakarta.
- Kuncoro, M. 2003. Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi. Erlangga, Jakarta.
- Lenaini, I. 2021. Teknik Pengambilan Sampel Purposive dan Snowball Sampling. Jurnal kajian, penelitian & pengembangan pendidikan sejarah 6(1): 33-39.
- Listyowati, E.A. 2019. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Niat Dan Keputusan Konsumen Membeli Sayuran Dan Buah Secara *Online*. Tesis. Fakultas Pertanian. Universitas Gadjah Mada.
- Lui, H.K. dan R. Jamieson, 2003. Tritam: a model for integrating trust and risk perceptions in bussiness to consumer Electronic Commerce. 16 th Bled E-Commerce Conference e- Transformation, Slovenia.
- Ma, Y. J., Gam, H. J., & Banning, J. 2017. Perceived ease of use and usefulness of sustainability labels on apparel products: application of the technology acceptance model. Fashion and Textiles, 4(1), 1–20.
- Mustofa, I. dan M. Nurfadillah. 2021. Analisis Pengaruh Price Earning Ratio Dan Earning Per Share Terhadap Return Saham Pada Sub Sektor Property And Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Borneo Student Research 2(2): 1460-1468.
- Nafisah, D. dan M. Hayati. 2022. Consumer Behavior in *Online* Purchase of seeds and Ornamental Plants. BASKARA: Journal of Business and Entrepreneurship 4(2): 130-144.
- Nasution, R.A. dan I.S. Saragih. 2022. Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Transportasi Online (Go-Jek) Di Kota Pematangsiantar. Jurnal Indonesia Sosial Teknologi 3(5): 544-554.
- Noviana, A., Yaktiwo, I., & Situmorang, S. 2014. Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Tanaman Hias Di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur. Jurnal Universitas Lampung, 2(1), 77–85.
- Novitasari dan M.A. Sari. 2021. Analisis persepsi kemudahan, *social influence*, dan persepsi keamanan terhadap minat penggunaan *marketplace* oleh UMKM di Jabodetabek. Account: jurnal akuntansi, keuangan dan perbankan, 8(1): 1386-1397.
- Nurdiani, N. 2014. Teknik Sampling Snowball Dalam Penelitian Lapangan. ComTech, 5(2): 1110-1118.
- Nurhayati, 2017. Pengaruh Harga Kompetitif, Pemasaran Digital dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Indihome Fiber. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Surakarta.
- Nurlinda, R. A., & Utami, P. 2019. Analisis Persepsi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Berbelanja Online Melalui Instagram. Journal of Economic, 10(2): 121–130

- Nurwana. 2021. Pengaruh *pemasaran digital* terhadap keputusan pembelian tanaman hias di kota makassar (Studi kasus pada Algren Indonesia). Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Pane, A.A. 2016. Pengaruh Pemasaran *Online* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Merek Converse Pada Siswa/I Sma Yayasan Pendidikan Harapan 1 Medan. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Sumatera Utara.
- Rahman, A., dan Dewantara, R. Y. 2017. Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Minat Menggunakan Situs Jual Beli *Online* (Studi Kasus pada Pengguna Situs Jual Beli “Z”). Jurnal Administrasi Bisnis, 52(1), 1–7.
- Remus, S.P. 2017. Pengaruh Kedisiplinan Kerja Dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Karyawan Pada Pt. Perkebunan Nusantara Iv Kebun Tobasari. Jurnal Ilmiah Methonomi, 3(1): 10-21.
- Retnawati, H. 2017. Analisis Jalur, Analisis Faktor Konfirmatori dan Pemodelan Persamaan Struktural. Makalah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. IAIN Batusangkar.
- Riyanto, S. dan A.A. Hatmawan. 2020. Metode Riset Penelitian Kuantitatif. Deepublish, Yogyakarta.
- Rodli, A.F. dan S. Khalimah. 2021. Analisis pengaruh lokasi, persepsi harga, promosi terhadap kepuasan konsumen tanaman hias di Pasar Puspa Agro Sidoarjo. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMAHA, 3(2): 303-315.
- Rohmana, Y. 2010. Ekonometrika: Teori dan Aplikasi dengan EvIEWS. Laboratorium Ekonomi dan Koperasi FPEB UPI, Bandung.
- Rutherford, RD. 1993. Statistical Model for Causal Analysis. John Wiley & Sons Inc, New York, Newyork.
- Salam, N. 2019. Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian produk benih hortikultura CV. Sumber Horti Nasional. Magister Agribisnis 19(1): 1-9.
- Samadi, B. dan B. Gharleghi. 2015. The impact of perceived risks and perceived benefits to improve an *online* intention among generation-Y in Malaysia. Asian Social Science 11 : 226-238.
- Santi, N. dan I. Novitaningtyas. 2022. Persepsi Konsumen Terhadap Penerapan Pemasaran digital Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Pt Armada Tunas Jaya Magelang. Jurnal Bina Manajemen 10(2): 1-13.
- Sapariyah. 2007. Path Analysis Sebagai Salah Satu Sarana Statistik Dalam Penelitian Dan Pengambilan Keputusan. Jurnal Pendidikan Ekonomi, 2(1): 123-141.
- Sarastila, C., V.A. Pertiwi, dan A. Kustanti. 2021. Model Penerimaan Teknologi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Tanaman Hias Melalui E-Commerce Saat Pandemi Covid-19. Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian 17(2): 13-26.
- Sarwono, J. 2010. Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis dengan SPSS. Edisi 5. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Sihabudin, D. Wibowo, S. Mulyono, J. W. Kusuma, I. Arofah, B. A. Ningsi, E. Saputra, R. Purwasih dan Syaharuddin. 2021. Ekonometrika Dasar Teori dan Praktik Berbasis SPSS. CV Pena Persada, Banyumas.
- Sihite, DRDB. dan N. Pratiwi. 2018. Analisis Jalur Terhadap Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Indeks Prestasi Kumulatif (Ipk) Mahasiswa. Jurnal Statistika Industri dan Komputasi, 3(1): 31-39.

- Sipayung, MH., Rosnita, dan Eliza. 2017. Perilaku Konsumen Dalam Membeli Tanaman Hias Di Kota Pekanbaru. *Indonesian Journal of Agricultural Economics (IJAE)*, 8(2): 221-230.
- Situmorang dan Lutfi M. 2014. Untuk Riset Manajemen dan Bisnis. USU Press, Medan.
- Sudarsono, A. 2016. Jaringan Syaraf Tiruan Untuk Memprediksi Laju Pertumbuhan Penduduk Menggunakan Metode Bacpropagation (Studi Kasus Di Kota Bengkulu). *Jurnal Media Infotama*, 12(1): 61-69.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta, Bandung.
- Sumarwan, U. 2011. Perilaku Konsumen dan Penerapannya Dalam Pemasaran Edisi 2. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Sumarwan, U. dan F Tjiptono. 2018. Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen. IPB Press, Bogor.
- Suryani, T. 2013. Perilaku konsumen di era internet: Implikasinya pada strategi pemasaran. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Taufiq, D.M., M.A. Limi, dan A. Slamet. 2022. Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen terhadap pembelian tanaman hias secara *online* di Kota Kendari. *Jurnal Agri sains* 6(1): 63-71.
- Tjiptono, F. 2008. Strategi Pemasaran. Andi, Yogyakarta.
- Utami, H.N. dan I. F. A. Firdaus. 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku *Online Shopping*: Perspektif Pemasaran Agribisnis. *Jurnal Ecodemica* 2(1): 136-146.
- Uzun, H. dan M. Poturak. 2014. Factors affecting *online* shopping behavior of consumers. *European Journal of Social and Human Sciences* 3 : 163-170.
- Venkatesh, V. and Davis, F.D. 2000. A theoretical extension of the technology acceptance model: four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2): 186-204.
- Wandanaya, A. B. 2012. Pengaruh pemasaran *online* terhadap keputusan pembelian produk. *Creative Communication and Innovative Technology Journal* 5(2): 174-185.
- Waryanto, B. dan Y.A. Millafati. 2006. Transformasi data skala ordinal ke interval dengan menggunakan makro minitab. *Informatika pertanian*, 15: 881-895.
- Wibowo, D. H. 2006. Analisis Persepsi Harga, Persepsi Kualitas, Persepsi Pengorbanan dan Persepsi Nilai Konsumen Serta Kesiediaan Untuk Membeli. Tesis.
- Wicaksana, P.S.I., dan N. Baldah. 2021. Pengaruh Kepercayaan, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Bersubsidi di PT. Mitra Indah Properti. *Jurnal Pelita Ilmu* 15(1): 17-24.
- Widyarini, L. A.. 2005. Analisis Niat Perilaku Menggunakan Internet Banking di kalangan Pengguna Internet di Surabaya, *Jurnal Widya Manajemen dan Akuntansi*, 5(1): 101-123.
- Widyastuti, T. 2018. Teknologi Budidaya Tanaman Hias Agribisnis. CV Mine.
- Wirartha, I.M. 2006. Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi. Andi, Yogyakarta.
- Wu, C. dan R. Liu. 2016. A study on consumers' intentions and attitudes to fresh agricultural products for *online* shopping in China. *International Journal of Simulation Systems Science and Technology* 17: 1-5.
- Yaputra, H. dan Y.A. Sudibyo. 2019. Persepsi Konsumen Terhadap Kegiatan CSR Dalam Industri Hotel Di Provinsi Bali. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa* 12(1): 35-50.



- Yeo, V. C. S., S. K. Goh, dan S. Rezaei. 2016. Consumer experiences, attitude and behavioral intention toward *online* food delivery (OFD) services. *Journal of Retailing and Consumer Services* 35 : 150–162.
- Zhang, L., W. Tan, Y. Xu, dan G. Tan. 2012. Dimensions of Consumers' Perceived Risk and Their Influences on *Online* Consumers' Purchasing Behavior. *Communications in Information Science and Management Engineering* 2 : 8-14.
- Zulkarnain, R., Mahfudz, M., & Khoiriyah, N. 2021. Keputusan konsumen dalam pembelian anggrek di DD Orchid Nursery Kecamatan Junrejo Kota Batu. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 9(3), 2234–2239. <https://doi.org/10.16285/j.rsm.2007.10.006>.