

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, M. T. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Pada Situs Jual Beli Tokopedia (Studi Kasus Wilayah Tangerang). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3-4.
- Ali, H. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anggraini, N. (2018). Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan, dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Zahara Hijab Collection Waryjayeng. *Skripsi Tidak diterbitkan Universitas Nusantara Persatuan Guru Republik Indonesia Kediri*.
- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ayuningtyas, dkk. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring di Aplikasi Bukalapak Pada Politeknik Negeri Batam. *Jurnal Of Applied Business Administration*. Vol.2., No.1.
- Carolina. (2015). Analisa Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, dan Tampilan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Pemasaran di Media Sosial (Studi pada Pengguna Media Sosial di Shaperhave). *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*. 367-377.
- Fure, H. (2013). Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntans*, 1(3).
- Ghanimata, F. (2012). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang) . *Skripsi. Tidak diterbitkan. Universitas Diponegoro.*, Semarang.
- Ghozali, Imam. (2016). *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Cetakan ke delapan. Semrang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardiawan, Anandya Cahya. (2013). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Pada Pengguna Situs Jual Beli Online tokobagus.com)*. Skripsi. Tidak diterbitkan. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Herlambang, J.A. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepercayaan Konsumen dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian di Zoya Bandung Indah Plaza (Survey Pada Pengunjung Outlet Zoya di Bandung Indah Plaza)*. Skripsi. Tidak diterbitkan. Universitas Pasundan. Bandung.
- Idris, Fajar. (2014). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepatu Di Toko Fajar Sport Kecamatan Pedurungan Kota Semarang*. Skripsi. Tidak diterbitkan. Universitas Diponegoro. Semarang.

- Istanti, Fredianaka. (2017). Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan Berbelanja, Dan E-Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Belanja *Online* Di Kota Surabaya. *Jurnal Bisnis & Teknologi Politeknik NSC Surabaya*. Vol. 1, No.4.Surabaya.
- Jasfar, F.2009. *Pengaruh Kepercayaan Pada Komitmen Loyalitas Pelanggan*. Trikonomika: Jakarta.
- Khoiroh, Zainatul. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online*. Skripsi. Tidak diterbitkan. Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Tulungagung.
- Kotler, dan Keller.(2012). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller .2002. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1*. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Philip. & Amstorng, Garry. (2013). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12: Erlangga.
- Kotler, Philip. & Amstorng, Garry. (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi ke-13, Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. & Kevin, Lane Keller. (2016). *Marketing Management, Edisi 15th Edition, Pearson Education, Inc.*
- Kotler, Philip., dan Armstrong, Gary.(2014). *Principle of Marketing. 15th Edition*. Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, Niken Ayu dan Iriani, Sri Setyo. (2018). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Pada Situs MatahariMall.Com. *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*. Vol, 6, No. 1. Surabaya.
- Machfoedz, Ircham. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitas*. Yogyakarta: Fitramaya.
- Made, M.G. (2015). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Harian Suara Merdeka.
- McLeod, Raymond, Jr. & P. Schell, George. 2009. *Sistem Informasi Manajemen, Edisi Kesepuluh*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Mulyo, Fernando Agi. (2019). *Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Informasi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee (Studi Empiris pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Magelang)*. Skripsi. Tidak diterbitkan. Universitas Muhammadiyah Magelang. Magelang.
- Mursid, M. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nazarudin, Hamzah dan Pela, Yunita. (2016). Pengaruh Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Di Situs D'BC Network Oriflame (Studi Pada Masyarakat Fatufeto Kota Kupang). *Jurnal Bisnis & Manajemen*. Vol 2, No.2. Kupang.
- Ningsih, Suprpti. (2020). Strategi Membangun *Customer Trust* Pada *Online Shop* Dikalangan Mahasiswa Milenial. *Jurnal Of Islamic Management and Business*. Vol 3, No.1. Probolinggo.
- O'Brien, James A. (2002). *Management Information Systems*. New York: McGraw-Hill.

- Priansa, D. J.(2017a). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Rafiq, M. (2015). Pengaruh Kepercayaan KONsumen Pada Merek Terhadap Loyalitas. *JMK*. Vol. 6, No. 2.
- Rahayu, Siwi Aditya. (2019). *Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, Kualitas Informasi, dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Online di Magelang Melalui Aplikasi Shopee (Studi Empiris di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang)*. Skripsi. Tidak diterbitkan. Universitas Muhammadiyah Magelang. Magelang.
- Rahayu, Puspita Dewi. 2017. Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Di Tokopedia. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* . 6 (10).
- Riyadi. (2014). Pengaruh Kegunaan, Kualitas Informasi, dan Kualitas Interaksi Layanan *Web E-Commerce* Terhadap Keputusan Pembelian *Online* (Survei pada Konsumen www.getscoop.com). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 15(2), 1-10.
- Rohmat, Bangkit. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Provider (Studi Kasus Pada Pengguna Layanan Indosat Ooredoo di Kota Magelang). Skripsi. Tidak diterbitkan. Universitas Muhammadiyah Magelang. Magelang.
- Romney, Marshall B., dan Paul Jhon Steinbart.(2015). *Accounting Information Systems, 13thed*.England:Pearson Educational Limited.
- Sangadji, E.M. dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. Andi.
- Samsul, Ramli. (2013). *Bacaan Wajib Para Praktisi Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah*. Jakarta: Visi Media.
- Schiffman, I.G. dan Kanuk, Leslie L. (2013). *Consumer Behavior. 8th edition*. NewJersey: Prentice Hall.
- Setiadi, Nugroho J. (2010). *Perilaku Konsumen*. Cetakan 4. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukawati. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Internet di Kota Makassar. *Phinsi Integration Review*. 1(2).
- Sukirno, Sadono. (2011). *Makro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Suryani, Tatik. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tanjaya, Stevano Cristover., Mananeke, Lisbeth., dan Tawas Hendra,. (2019). Pengaruh Kualitas Informasi, Kepercayaan, dan Kemudahan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vape Di Instagram. *Jurnal Manajemen & Bisnis*. Vol, 7, No. 4. Makassar.
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Pemasaran Jasa*. Jatim: Banyumedia Publishing.
- Yahya, Firnanda. Cholifah., dan Istanti, Enny. (2017). Pengaruh Kualitas Informasi, Kemudahan, dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Secara *Online* Penggunaan Lazada.co.id Di Sidoarjo. *Jurnal Manajemen Branchmark*. Vol, 3, No.3. Sidoarjo.

<http://etheses.uin-malang.ac.id/631/7/10410152%20Bab%203.pdf> Diakses pada tanggal 5 Maret 2021

<https://media.neliti.com/media/publications/187629-ID-pengaruh-promosi-dan-harga-terhadap-kepu.pdf>. Diakses pada tanggal 5 Maret 2021.

<https://eprints.uny.ac.id/18168/5/5.%20BAB%20III%2009.07.030%20Asy%20h.pdf> Diakses pada tanggal 7 Maret 2021

<https://scarlettwhitening.com/> Diakses pada tanggal 15 Maret 2021

<http://junaidichaniago.wordpress.com> Diakses pada tanggal 1 April 2021