

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad. (2015). Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop Di Kota Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol.21 No.1
- Adityo. (2011). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* di Situs Kaskus. *Jurnal Undip* 2011, 1-26.
- Alda Faikar Annafik. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Daya Tarik Iklan terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha: *Jurnal*, (Universitas Diponegoro, Semarang), hal. 25.
- Andy, Imam, Riyadi. (2014). Pengaruh Kepercayaan Dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Pelanggan Website Ride Inc). *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol.8 No.2
- Anwar, I., Satrio, B. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Surabaya.
- Aris Jatmika Diyatma. (2017). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro & Bar. *e-Proceeding of Management* : Vol.4, No.1 April 2017, 175-179.
- Arwiedya. (2011). Analisis Pengaruh Harga, Jenis Media, Promosi Resiko Kinerja, dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Fashion Online yang bertindak sebagai Reseller yang ada di Indonesia. *Jurnal Ekonomi*
- Buchari Alma, (2011). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan Kesembelitan, Alfabeth, Bandung.
- Dane, D. 2013. Analisis Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Nilai Penjualan Produk Pada UD Kopi Bali Bayuatis Singaraja.
- Darmawi, Herman, (2011), Manajemen Perbankan, Jakarta : PT. Bumi Aksara
- Dede. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri* Vol. 4 No.1
- DEWI R, A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Djawi Lanbistro Coffee and Resto Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1-11.

- Donni Juni Priansa. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media. Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Fandy Tjiptono. (2011). *Service Quality and Satisfication*, Ed.2. Yogyakarta: Andi.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Fandy Tjiptono. (2014). *Pemasaran Jasa*. Gramedia.
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4: Yogyakarta:Andi.
- Florentinus, Sumarno. (2015). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Akan Risiko terhadap Keputusan Pembelian melalui Situs Jejaring Sosial. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* Vol 15.
- Fransiska. (2017). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.Com. *Jurnal Agora* Vol 5 No. 1.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Istanti, Fredianaika (2017) Pengaruh Harga,Kepercayaan,Kemudahan Berbelanja Dan E-Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online Di Kota Surabaya. *Jurnal Bisnis Teknologi*, 4 (1). pp. 14-22. ISSN 2355-8865.
- Halim, Peter dkk. (2014). *The Influence of Product Quality, Brand Image, and Quality of Service to Customer Trust and Implication on Customer Loyalty (Survey on Customer Brand Sharp Electronics Product at the South Kalimantan Province)*. *European Journal of Business and Management* Vol. 6 No. 29.
- Hasan, et.al., (2014). Analisis Hubungan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Blackberry dan Samsung Android. *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, 13(2), 687-706.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller (2016). *Marketing Managemet*. Edisi 15 *Global Edition*. Pearson.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2018). *Principles of Marketing*. Edisi 15 *Global Edition*. Pearson.
- Kussujaniatun, S., Wisnalmawati. (2011). Pengaruh Pengetahuan Produk, Nilai, dan Kualitas yang Dipersepsikan terhadap Kepuasan Pelanggan Mobil Toyota. *Bisma Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 29–39.

- Laila Rahmawati, Farika. (2019). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Shopee, *Jurnal Aplikasi Bisnis Vol 5 No 1*.
- Lestari, D. P., K.M. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Keanekaragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs E-Commerce B To C Platform. *JAB Jurnal Aplikasi Bisnis Nomor 1, Juni 2020, 161–164*.
- Maulina Hardiyanti, (2012), “Kepercayaan Pada Penjual dan Persepsi Akan Risiko Pada Keputusan Pembelian Melalui Internet (Online)”, Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Muhammad Rizal Yulianto, H. S. (2019). Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Kepercayaan Dan Citra Merek Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Lazada.co.id di Semarang), *Diponegoro Journal of Manajement 1–9*.
- Nandiroh, Yolamalinda, (2013). Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda di Dharmasraya. *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat*.
- Priyatno, Dwi. (2010). *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: MediaKom.
- Rajput, A.A.; Kalhor, S.H.; dan Wasif, R. (2012). *Impact of Product Price and Quality on Consumer Buying Behavior: Evidence from Pakistan. Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business*. ijcrb.webs.com. Vol 4, No 4. August, h.585-496.
- Satria, Arief A. 2017. Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis Volume 2, Nomor 1, April 2017: 45-53*
- Selang, Christian A.D. (2013), “Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Freshmart Bahu Manado”. *Jurnal EMBA, Vol. 1, No. 3, pp. 71 – 80*.
- Setiadi Nugroho J,(2011),*Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Prenada Media, Bandung.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta

- Sukma, Abdurrahman Adi., (2012), Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Social Networking Websites, Jurnal Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma.
- Telkomsel Indonesia, *Transforming telecommunications in Indonesia*, <https://www.telkomsel.com/en/about-us/our-story/our-history>, diakses pada 28 Mei 2021.
- Wahyuningtyas, Yunita Fitri dan Widiastuti, Dyah Ayu. (2015). Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen Barang Fashion di Facebook). Jurnal Kajian Bisnis, 23(2), 112 – 120.
- Weenas, J. R. S., (2013). Kualitas Produk, Promosi, Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *JURNAL EMBA*: Vol. 1 No.4 Desember 2013. Hlm. 607-618.
- Yazia, Vivil. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry (Studi Kasus Blackberry Center Veteran Padang). *ECONOMICA: Journal of Economic and Economic Education* Vol 2, No 2 (165-173)
- Zhafiri Luthi. (2011). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas: Studi Tentang Peran Mediasi Switching Costs. Jurnal Siasat Bisnis Vol. 15 No.1 Hal.55-66