

## DAFTAR REFERENSI

- Anandita, F. B. A., & Saputra, S. D. (2014). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Akan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 15(2), 203–210.
- Anandya Cahaya Hardiawan, 2013. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online*.
- APJII. (2017). Profil Pengguna Internet Indonesia 2017
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 2016. *Pertumbuhan Pengguna Internet*. <http://www.apjii.or.id>. Diakses tanggal 12 Januari
- Bailey, J. E., and Pearson, S. W. 1983. *Development Of a Tool For Measuring and Analyzing Computer User Satisfaction*. *Management Science*, Vol 29
- Buchari Alma, 2014. *Manajemen Pemasaran Barang dan Jasa*, Bandung : Alfabeta.
- Cannon, J. 2010. *Pemasaran Dasar-Pendekatan Manajemen Global*. Salemba Empat Jakarta.
- Charlis, A. A., Diana, P., & Warso, M. M. (2007). *Pengaruh Keanekaragaman Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Giant Supermarket Puri Anjasmoro Semarang*. 1–11.
- Claudia, M., Anisah, H. U., & Prihatiningrum, R. Y. (2019). *Pkm Peningkatan Kemampuan “ Pemasaran Online ” Bagi Komunitas Perempuan Di Rumah Kreatif Banjarmasin*. 1(April), 86–93.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamndun, E. K., & Nurhasana. (2018). Pengaruh Keragaman Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Oppo Smartphone Pada Mahasiswa Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis GROWTH (JEBG)*, 16(1), 56–74.
- Hasyim, dan Anindita, R. (2009). *Prinsip-Prinsip Dasar Metode Riset Bidang Pemasaran* (1, ed.). Jakarta: UIEU-University Press.

- Hidayat, R., & Sujud, A. (2019). Pengaruh Atmosfer Toko, Lokasi Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Planet Ban Margonda Raya, Depok. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 15(1), 17–29.
- Jacklin, M. P. R., Mandey, S., & Tampenawas, J. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Matahari Departmen Store Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 431–440.
- Kodu, S. (2013). Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *Jurnal EMBA*, 1(3), 1252–1259. <https://doi.org/10.1002/pola.21914>
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). England: Pearson Education Limited.
- Lagautu, J., Soegoto, A. S., & Sepang, J. L. (2019). Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt.Matahari Department Store Mantos. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 751–760.
- Lamb, H dan Mc daniel, 2014. *Pemasaran I*. Edisi Pertama, Penerbit Salemba Empat Jakarta.
- Laudon, K & Traver, C. 2012. E-commerce 8<sup>th</sup> Edition. Bussines. Technology. Society
- Nainggolan, L. P., Pradhanawati, A., & Hidayat, W. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Keragaman Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan ( Studi Kasus Pada Pelanggan Stove Syndicate Cafe di Semarang ). *Journal Of Social And Political Of Science*, 1–11.
- Nisa, K., Laili, A., Qolbiyatul, S., & Suyanto, M. (2018). Strategi Pemasaran Online dan Offline. *Abdikarya*, 01(1).
- Nofri, O., & Hafifah, A. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Online Shopping Di Kota Makassar. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 113–132.
- Pardede, dan Manurung. (2014). *Analisis Jalur (Path Analysis)*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Saktiadi, I. R., & Masreviastuti. (2019). Pengaruh Store Layout Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Dua Putri Swalayan Blitar. *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis*, 5(1), 45–48.
- Schiffman , Leon and Leslie Lazar Kanuk , 2010. *Customer Behavior*. Prentice Hall Inc, USA
- Setiadi, N. 2010. *Perilaku Konsumen. Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*. Kencana, Jakarta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Swastha, Basu dan Irawan, 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta
- Sunarto. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Redmi 3S. *Jurnal Moneter*, V(1), 35–43.
- Tanjaya, S. C., Maneke, L., Tawas, H., Informasi, P. K., Dan, K., Konsumen, K., ... Ekonomi, F. (2019). Pengaruh Kualitas Informasi, Kepercayaan Dan Kemudahan Konsumen Terhadap keputusan Pembelian Produk Vape Di Instagram. *Jurnal EMBA*, 7(4), 4935–4944.
- Tjiptono, Fandy. 2013. *Manajemen Jasa*. Penerbit Andi, Yogyakarta
- Yenny Yuniarti. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara *Online*. Vol.18 No.1 Hal 27-37 Januari - Juni 2016 ISSN : 0852-8349.
- Yunita, N. R., Sumarsono, H., & Farida, U. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Bukalapak (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo). *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 90. <https://doi.org/10.24269/iso.v3i1.243>