

DAFTAR PUSTAKA

- A, Nita Maulidina (2017) *Pengaruh Harga, Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Giant Ekspres Supermarket.*
- Ambarwati, D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay Pada Mahasiswa Stie Aub Surakarta. *Kelola*, 6(2), 88-103.
- Amin, A. M., & Hendra, H. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Lazada. Co. Id. *Management Studies And Entrepreneurship Journal(Msej)*, 1(1), 78-89.
- Apriyani, D. A., & Sunarti, S. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo)* (Doctoral Dissertation, Brawijaya University).
- Armaniah, H., Marthanti, A. S., & Yusuf, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Ahass Honda Tangerang. *Jurnal Penelitian Ilmu Managemen*, 2(2), 63.
- Aziz, N., & Hendrastyo, V. S. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3(3), 227-234.
- Budiono, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 17(02), 1-15.
- Dzikra, F. M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Mobil Ud. Sari Motor Di Pekanbaru. *Eko Dan*

Bisnis: Riau Economic And Business Review, 11(3), 262-267

Kasinem (2020), Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal MediaWahana Ekonomika*, 329-339

Lailiya, N. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia. *Iqtishadequity Jurnal Manajemen*, 2(2), 113-126.

Lubis, I. L., Sinaga, B. M., & Sasongko, H. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Sruktur Modal, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen (Jabm)*, 3(3), 458-458.

Manengal, B., Kalangi, J. A., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Motor Ando Tombatu. *Productivity*, 2(1), 42-46.

Nasution, S. L. A., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43-53.

Nisak, D. A. K., & Astuningsih, S. E. (2021). Pengaruh Kepercayaan Merek, Harga, Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Produk Simpati Telkomsel (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Tulungagung). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(1), 41-48. Pradwita, R. B. R. P.

Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah, F. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan Dan

Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal Of Business And Economics Research (Jbe)*, 1(1), 1-10

Pradwita, R. B. R. P., Handoko, Y., & Rachmawati, I. K. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Pada WebsiteWww. Laroslaptop. Com Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(2), 212-220.

Rizqy, R. R., Warso, M. M., & Fathoni, A. (2016). Pengaruh KualitasPelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Pt. Graha Service Indonesia Cabang Semarang). *Journal Of Management*, 2(2).

Rohmaniah, A. (2019). *Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Lokasi Dan BrandImage Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Masyarakat Kota Salatiga)* (Doctoral Dissertation, Iain Salatiga).

Septianto, G. W., & Ds, A. Hermani. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Hypermart Paragon Semarang (Studi Kasus Pada Konsumen Hypermart Paragon Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(1), 174-184

A. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Krema Koffie. *Jurnal Online Mahasiswa (Jom) Bidang Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 5(1), 1-15.

Sobandi, A., & Somantri, B. (2020). Pengaruh Kepercayaan KonsumenTerhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Winter Journal: Imwi Student Research Journal*, 1(1), 41-52.

Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap

- Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38-51.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38-51.
- Suci Ramdhani, R. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Layanan Aplikasi Grab Di Makassar* (Doctoral Dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Sukmawati, N., & Ekasasi, S. R. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Sehat Soyjoy. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(1), 17-28.
- Suryani, W (2022). Pengaruh Digital Marketing Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Di Platform Belanja Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (Jimbi)*, 3(2), 130-135.
- Syahputra, R. R., & Herman, H. (2020). Pengaruh Promosi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap Di Os Hotel Batam. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 62-70.
- Syahrial, Y. A. (2015). *Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ud. Aneka Karya Glass Di Surakarta* (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Yaniria, L., & Hasan, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap

Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Di Kota Bangkinang. *Pasca Sarjana Stie Bangkinang*, 2(1), 50-59.

Alma H. Buchari, (2018), Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa. Bandung : Alfabeta.

Donni Juni Priansa. 2017. Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial. Bandung: Cv Pustaka Setia.

Ghozali, I. (2018). “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram Ibm Spss” Edisi Sembilan Semarang Badan Penerbit Universitas Diponegoro

John **Wirtz**. 2014. Pemasaran Jasa Perspektif. Edisi 7. Erlangga. Jakarta

Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi Ke 12. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip And Gary Armstrong., 2019., Principle Of Marketing, 17e Global Edition, Pearson Education Limited, New York.

Laksana, M. F. (2019). Praktis Memahami Manajemen Pemasaran. Sukabumi: Cv Al Fath Zumar

Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Universitas Brawijaya Press. Sholihat,

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.Cv

Sunyoto, Danang. 2018. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, Dan Kasus) Edisi Ketiga. Jakarta : Caps (Center Of Academic Publishing Service).

Tjiptono, Fandy Dan Chandra, Gregorius. 2016. Service, Quality & Satisfaction. Yogyakarta. Andi.

<https://binus.ac.id/2019/08/perilaku-belanja-online-di-indonesia>