

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Buchori., Djaslim Saladin. (2010). Manajemen Pemasaran (Edisi Pertama). Bandung. CV. Linda Karya.
- Adi, Isbandi Rukminto. 2013, Kesejahteraan sosial (Pekerjaan sosial, Pembangunan Sosial, dan Kajian Pembangunan), Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Akdon & Ridwan (2008). Aplikasi Statistika dan Metode Penelitian untuk Administrasi & Manajemen. Bandung: Dewa Ruchi.
- Ali Hasan. (2014). Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. CAPS. Yogyakarta.
- Aprilia darmansyah dan Sri yanthy Yosepha (2020).“Pengaruh Citra Merek dan Presepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online pada Aplikasi Shopee di Wilayah Jakarta Timur”. Universitas Surya Darmansyah. Jakarta Timur.
- Arikunto,2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis. Jakarta: Bima Aksara.
- Arni Purwanti Dan Rahma Wahdiniwaty. (2017). Analisis Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Kewajaran Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cinderella School Of English For Children di Bandung. Jimm Unikom, 62-75.
- Ashari, Purbayu Budi Santoso. 2005. Analisis statistic dengan Microsoft exel dan. SPSS. Yogyakarta. Baridwan, Zaki. 2004. Intermediate Accounting.
- Augusty, Ferdinand. (2013). Metode Penelitian Manajemen. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Barata, Atep Adya. 2003. Dasar- Dasar Pelayanan Prima. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Basu, Swastha. 2000. Manajemen Pemasaran Modern. Jakarta:PT Raja Grafindo Persada
- Chuang, et.al. (2015). Cigaret smoke is a risk factor severity and treatment outcome in patients with culture-positive tuberculosis. Therapeutics and Clinical Risk Management II:1539-1544
- Daryono. 2011. Manajemen Pemasaran. Penerbit Yrama Widya, Bandung
- Faisol Arifin, Siti Aisyah dan Arini Fitria Mustapita (2021) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas pelayanan, Kepercayaan, dan Presepsi Reksiko Terhadap Keputusan pembelian pada E-Commerce Shopee”. Universitas Islam Malang. Malang

- Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius chandra. 2016. Service, Quality & satisfaction. Yogyakarta. Andi.
- Gefen D. 2000. E-commerce: the role of familiarity and trust. Omega 28, 725–737.
- Ghozali, Imam. 2006. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Ke 4). Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indah Tri Lestari dan Widyastuti (2019) dengan judul “Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Belanja Online (Studi Kasus pada Pengguna Tokopedia)”. Universitas Negeri Surabaya. Surabaya
- Kenneth dan Donald (2018). Integrated advertising, promotion, and marketing communication.
- Kotler, Philip (2000). Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen, Jakarta : Prenhalindo.
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler dan Keller. 2012. Marketing Management. Jakarta: Indeks
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education,Inc
- Lailiya, Nisfatul (2020) dengan judul “Pengaruh Brand Ambassador dan Kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada E-Commerce Tokopedia”. Universitas Maarif Hasyim Latif. Sidoarjo.
- Maghfiroh. 2014. Uji Aktivitas Ekstrak Bunga Jasminum sambac Ait. Terhadap Pertumbuhan Bakteri Streptococcus mutans ATTC 25923 dan Shigella Flexneri ATCC 1202.Skripsi.Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islan Negeri Sunan Kalijaga : Yogyakarta.
- Muhammad Al Mighwar. 2006. Psikologi Remaja. Bandung: CV. Pustaka Setia

- Mulyadi, Dian Eka, Welly Nailis (2018) dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian di Toko Online Lazada (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Indralaya)”. Palembang.
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128–137.
- Priansa Juni, Donni. (2017). Pengembangan Strategi dan Model Pembelajaran Inovatif, Kreatif, dan Prestatif Dalam Memahami Peserta Didik. Bandung. CV Pustaka Setia.
- Reni Ernawati (2021) yang berjudul “Analisis Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs E-Commerce Zalora di Jakarta”. Universitas Muria Kudus
- Riley, dkk. (2014). A cross-national study of the ecological worldview of senior consumers. *International Journals of Consumers Studies* ISSN 1470-6423. (1-10)
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi,
- Schiffman, Leon G dan Leslie Lazar Kanuk. 2015. *Consumer Behavior Tenth. Edition: Pearson Education*.
- Setiadi, N.J. 2003. *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : Kencana.
- Sonja, G. K., & Ewald A. K. (2003). “Empirical Research in Online Trust : A Review and Critical Assessment”. *International Journal of Human-Computer Studies*, 586, 783-812.
- Sopiah & Sangadji, Etta Mamang. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Silalahi, U., (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sri Nawangsari (2017) dengan judul “ Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Keamanan Terhadap Keputusan pembelian pada Tokopedia”. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi offset.

Turban, Efraim & Linda Volonino. 2010. Information Technology for Management. Edisi Ketujuh. Asia : John Willey & Sons.