

## DAFTAR PUSTAKA

- Adabi, N. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 32-39.
- Aini, N. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Bank Mandiri Di Surabaya (Doctoral dissertation, STIE PERBANAS SURABAYA).
- 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).
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Baskara, Isnain Putra dan Guruh Taufan Hariyadi. 2014. "Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi akan Resiko terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial". Universitas Dian Nuswantoro. Semarang
- Fandi, Tjiptono. 2014. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro

- Jefryansyah, J., & Muhajirin, M. (2020). Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Barang Secara Online. Target: Jurnal Manajemen Bisnis, 2(1), 85-94.
- Kotler, P. Keller, 2012, Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kurnia, D. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Orientasi Belanja, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Busana Secara Online.
- Larasati, S., & Utomo, S. B. (2021). Strategi *Customer Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM), 10(5).
- Ling, K. C., Chai, L. T., & Piew, T. H. (2010). The effects of shopping orientations, online trust and prior online purchase experience toward customers' online purchase intention. *International business research*, 3(3), 63.
- McKnight, D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). Developing and validating trust measures for e-commerce: An integrative typology. *Information systems research*, 13(3), 334-359.
- Meliana, M., Sulistiono, S., & Setiawan, B. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 1(3), 247-254.
- Maghviro, A. N. M., Wahono, B., & Dianawati, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel HM Understell Kendaraan Roda Empat). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 11(17).

- Muhtarom, A., Cholidah, L. N., Priambodo, W., & Ningseh, D. W. A. (2022). Pengaruh Komunikasi Word Of Mouth, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Konsumen Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Umkm Kerupuk Tempe Pada Ud Dua Putra Desa Menongo Kecamatan Sukodadi (Analisis Metode Partial Least Squar. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 7(2), 115-127.
- Nusarika, L. A. K., & Purnami, N. M. (2015). Pengaruh persepsi harga, kepercayaan, dan orientasi belanja terhadap niat beli secara online (Studi pada Produk Fashion Online di Kota Denpasar) (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Rahmawaty, H. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Distribusi Air Bersih Terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM Tirta Kencana Di Jalan Merdeka Barat Kelurahan Sungai Pinang Dalam Kota Samarinda.
- Riyadi, S., & Yulianto, A. (2014). Pengaruh pembiayaan bagi hasil, pembiayaan jual beli, Financing to Deposit Ratio (FDR) dan Non Performing Financing (NPF) terhadap profitabilitas bank umum syariah di Indonesia. *Accounting Analysis Journal*, 3(4).
- Setiawan, H. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Nilai dan Kepercayaan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Layanan Mobile Banking. *Jurnal keuangan dan perbankan*, 20(3), 518-528.
- Setyoparwati, I. C. (2019). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Konsumen terhadap Kepuasan Pelanggan pada E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(3), 111-119.

Santoso, Slamet (2014). Stasistika Ekonomi plus Aplikasi SPSS,. Ponorogo : Umpo Press.

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.

Sugiyono. 2004. Metode Penelitian. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, M. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.

Suryani, W. (2013). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara Al Munawaroh Medan. Jurnal Ekonomi Modernisasi, 9(1), 33-48.

Simamora, J. M. (2021). Pengaruh service excellence dan relationship marketing terhadap loyalitas konsumen pada CV Bersinar Pematangsiantar. Strategic: Journal of Management Sciences, 1(1), 9-19.

Tjiptono. 2014. Service, Quality & Satisfaction. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Yani, J. A. Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.

Bandung: Alfabeta. Ferrari, JR, Jhonson, JL, & McCown, WG (1995).

Procrastination And Task Avoidance: Theory, Research & Treatment. New

York: Plenum Press. Yudistira P, Chandra. Diktat Kuliah Psikometri. Fakultas

Psikologi Universitas.

Yulfita'Aini Efi Andari. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Berobat Di Puskesmas Pembantu Desa Pasir Utama. Universitas Pasir Pengaraian.

Zaheer, A., & Bachmann, R. (Eds.). (2006). *Handbook of trust research*. Edward Elgar.

