

DAFTAR PUSTAKA

- Arista , E., & Tri Astuti, S. R. (2011). Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen. . *jurnal EMBA Vol. 13 No. 1* , 37-45.
- Ningsih, E. R. (2008). *Manajemen Pemasaran* . Kudus: Nora Media Interprisse.
- Supangat, A. (2007). *Statistika: Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi dan Nonparametrik*. Jakarta:Kencana Prenada Media Group, .
- Ardyanto, D. (n.d.). “Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Menggunakan E-commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 22* .
- Ghazali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21* . Semarang: Badan Penerbit- Undip.
- Ghozali, I. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Bekasi: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, I. (2016). *Pengantar Statistika Inferensial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Jalaludin, A. e. (2015). Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada pelanggan Aryka Shop di Kota Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 21 No. 1* .
- Kotler, P. d. (2007). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P. d. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Muhammad. (n.d.). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*.
- Mursid, M. (2003). *Manajemen Pemasaran*. . Jakarta: Bumi Aksara.
- Putra, A. (2017). Pengaruh Iklan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Texas Chicken Pekanbaru). . *Jurnal JOM FISIP Vol. 4 No.01*.

- Rafidah, d. D. (n.d.). Analisis Keamanan Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara online di Lazada”. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 6 , 1-17.
- Santoso, S. (2014). *Statistika Ekonomi Plus Aplikasi SPSS*. Ponorogo: UNMUH Ponorogo Press.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitain Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U., & Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. Bogor: PT. Penerbit IPB Press.
- Suryadi Johan, R. J. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Brand Ambassador, Iklan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Shopee Indonesia Pada Saat Pandemi (Studi Kasus Di Kota Palembang) . *Jurnal EMBA Vol. 2 No 2 April 2021 Jurusan Manajemen STIE Multi Data Palembang*.
- Suyanto. (2003). *E-Commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Andi Ofset.
- Yosephus. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Universitas Pelita Bangsa*.
- Pengertian dan Tutorial Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser” dalam www.statistikian.com diakses pada 25 September 2018 pukul 17.28 WIB