

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina M. Tholok F. W., & Handry. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia (Studi Kasus Wilayah Tangerang). *Primanomics: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17(3).
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anggraeni P. & Madiwati P. N. (2016). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Pada Situs www.Traveloka.com. *e-Proceeding of Management*, 3(2).
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ayuningtyas K. & Gunawan H. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 2(1).
- Baskara I. P. & Hariyadi G. T. (2015). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (*Social Networking Websites*) (Studi Pada Mahasiswa di Kota Semarang). *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro*.
- Dewi R. Y., Yulieu, Haryono, A. T., Gagah E. (2017). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening

(Studi Pada Pengguna Situs Jual Beli Bukalapak.com. Jurnal Manajemen, 3(3).

Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. (Edisi ke-7). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Irawan I. A. (2018). *Effect Of Trust, Convinience, Security And Quality Of Service On Online Purchase Decisin (Consumer Case Study In Tangerang Selatan Area)*. Jurnal Ekonomi.

Ismawati N. (2020). Pengaruh Kemudahan, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Pada Aplikasi Instagram Di Jakarta Timur (Studi Pada Pengguna Instagram di Jakarta Timur). Jurnal STEI Ekonomi.

Kotler dan Keller. 2012. *Marketing Management 13*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.

Kotler dan Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.

Kotler dan Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke 15. Erlangga

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2015. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Prenhalindo.

Meliana, Sulistiono, & Setiawan B. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnla Ilmiah Manajemen Kesatauan*, 1(3).

Mulyadi A., Eka D. & Nailis W. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko *Online* Lazada. *JEMBATAN – Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan*.

Naomi P. E. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahaan, Kualitas Informasi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Berbelanja Secara Online (Studi Kasus Pada Pengguna Situs Jual Beli Onlien

- Kaskus.co.id Di Purworejo). *SEGMENT Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 12(1D).
- Nawangsari S. & Karmayanti Y. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Online Shop YLK.Store) Konferensi Nasional Sistem Informasi (KNSI).
- Nisak C. & Lubis N. (2016). Pengaruh Harga, Keragaman Model Produk, Kualitas Informasi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Toko Tas Online Swbilla Store. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(3).
- Park, Dohyung, & Kim. 2011. *The Effect Of Consumer Knowledge On Massage Processing Of Electronic Word Of Mouth Via Online Consumer Reviews. Electronic Commerce Research and Applications*, 7(4): 399-410.
- Pudjiharjo M. C., Wijaya H., & Remisa M. (2015). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, Dan Tampilan Produk Keputusan Pembelian Melalui Pemasaran Di Media Sosial (Studi Pada Pengguna Media Sosial Dishapeharve). *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 3(2)
- Rachmawati I. K., Handoko Y., Nuryati F., Wulan M. & Hidayatullah S. (2019). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Pelanggan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian *Online*. Seminar Nasional Sistem Informasi Fakultas Teknologi Informasi – UNMER Malang.
- Rahayu P. D. & Djawoto. (2017). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(10).

- Rahmizal M. & Yuvendri R. (2021). Penaruh Kepercayaan Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Di Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 4(3).
- Shahnaz oktari. (2018). Pengaruh kepercayaan, e-service quality, dan kualitas website terhadap keputusan pembelian di lazada pada mahasiswa fakultas ilmu sosial dan politik -universitas sumatera utara medan.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta,cv.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Bayumedia.
- Wijaya C. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Lazada. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Wahyuni S., Irawan H., & Sofyan E. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian O line Di Situs Online Fashion Zalora. *E Prosiding Manajemen*, 4(2).