

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- APJII. (2019). *From Hasil Survei Penetrasi Pengguna Internet Indonesia 2018*. <http://apjii.or.id/>.
- Ayuningtiyan, K., & Gunawan, H. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Online. *Journal of Applied Business Administration*, 2(1), 152-165.
- Dewi, I. K., & Kusumawati, A. (2018). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan Bisnis Online. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol 56*.(1).
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: CV Andi.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Principles of Marketing*. Harlow: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Lusiah. (2018). *Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Muhammad, M. (2018). *Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*. Jakarta: PT Grasindo.
- Putra, E. W., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2016). Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol 38*.

- Resa, N. A. (2019). Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Volume 7, Nomer 4.
- Riani, E. L., Lamalewa, F., & Mulyaningsih, A. (2018). The Influence Of Promotion, Trust, And Convenience To Online Purchase Decisions. *International Journal Of Mechanical Engineering And Techonlogy (IJMET)* Vol.9.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2010). *Organizational Behavior*. Harlow: Pearson Education.
- Romla, S., & Ratnawati, A. (2016). Keputusan Pembelian E-Commerce Melalui Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi Dan Kualitas Interaksi Layanan Web. *EKOBIS* Vol.19(1),59-70.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Andi.
- Setiawan, E. H., & Fauziah, A. (2017). Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Risiko Kinerja Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage*, Vol 01(01).
- Setyaningrum, A., & Udaya, J. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Sudaryana, B. (2017). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Sudjatmika, F. V. (2017). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *AGORA* Vol.5(1).
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: ALFABETA.
- Sutisna. (2012). *Perilkau Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, & Diana , A. (2016). *Peamasaran Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: CV Andi.
- Usman, H., & Sobari, N. (2013). *Aplikasi Teknik Multivariate Untuk Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.

Wardoyo, & Susilo, M. D. (2017). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *e-ISSN, 2541-285X*.