

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Depok, Jawa Barat: PT Raja Grafindo Persada.
- Adyanto, B., & Santosa, S. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, Harga dan Kepercayaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi layanan E-Commerce Berrybenka.com). 1-20.
- Chaffey, D., & Ellis - Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing*. Pearson Educated Limited.
- Chaffey, D., & Smith, P. (2017). *Digital Marketing Excellence*. Routledge.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish.
- Ghozali, H. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, H. (2014). *Structutral Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Iskandar, S., & Nasution, M. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Lazada . *Pusat Kewirausahaan, Inovasi, Dan Indikator Bisnis*, 128-137.
- Kotler , P., & Amstrong , G. (2018). *Principle Of Marketing*. Person Educated Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management*. Person Educated Limited.
- Kurniawan, R., Kusumawati, A., & Priambada, S. (2018). Pengaruh kualitas Website (WEBQUAL) Terhadap Kepercayaan Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Pada Website E-Commerce. *Jurnal Administrrasi Bisnis*, 198-206.

- Limakrisna, N., & Purba, T. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis*. Wacana Media.
- Manap, H. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran (Pertama)*. Mitra Wacana Media.
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*. PT Grasindo.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Laksbang Presindo.
- Osburg, T., & Heinecke, S. (2019). *Media Trust in s Digital World*. Switzerland AG: Springer Nature.
- Polla, F., Manneke, L., & Taroreh, R. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal Riset Ekonomi*, 3068-3077.
- Pratiwi, Y., Wardaningsih, S., & Sumaryanto. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Online Store Lazada (Survei Pada Mahasiswa Universitas Slamet Riyadu Surakarta).
- Priansa, D. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. 1-10.
- Ratnasari, R., & Aksa, M. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Ghalia Indonesia.
- Sangadji, E., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. ANDI.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Salemba Empat.
- Setyarko, B. (2016). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online. 128-147.

- Sitompul, S., & Mastono. (2017). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Lazada.co.id Pada Mahasiswa STIE Pelita Indonesia. 81-95.
- Sudarso, A. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*. Deepublish.
- Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*. Lentera Ilmu Cendeki.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2015). *Pemasaran Strategik : Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan*. IPB Press.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service Quality dan Satisfaction*. Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Mengupas Pemasaran Strategik, branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif hingga e-Marketing*. Andi.