

### Daftar Pustaka

- Alief Amanullah Fairuz, Rois Arifin, Afi Rachmat Slamet. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Showroom Ud. Hikmah Motor Group Malang). *jurnal Prodi manajemen*. 15–31.
- Arief Adi Satria. 2017. *Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 2, Nomor 1, April 2017.*
- Arif Reza Maharama Noor Kholis. 2018. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gojek Di Kota Semarang Yang Dimediasi Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Ekobis* Vol.19, No.2, Juli 2018 : 203 – 213
- Arif Reza Maharama, Noor Kholis. 2018. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gojek Di Kota Semarang Yang Dimediasi Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*. Vol.19, No.2, Juli 2018. 203–213.
- Aru Fico Septanto1. 2016 Andi Tri Haryono Se Mm 2 , Dra Cicik Harini Mm Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merk, Persepsi Harga Terhadap *Emotional Response* Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (*Studi Komparatif Terhadap Produk Adidas Dan Nike*
- Bawono, A., Isanawikrama, Arif, K., & Kurniawan, Y. J. (2018). *Pengaruh Perilaku Konsumen, Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Situs Belanja Online (Studi Kasus Pada Situs Belanja Online XYZ)*. *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan*, 2(2), 131–144.
- Caesar Andreas. 2016. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*. Volume 5, Nomor 5, Issn : 2461-0593.
- Cici Dessyaningrum, Samsir, Yulia Efni. (2020). *Pengaruh kualitas mobile, harga, dan kualitas produk dengan kepercayaan pelanggan sebagai variabel moderasi terhadap keputusan pembelian online situs shopee*. *jurnal tepak manajemen bisnis*. Vol. XII. No. 3. Juli 2020.
- Cici Dessyaningrum1) Samsir2) Yulia Efni. (2020). Pengaruh Kualitas Mobile, Harga, Dan Kualitas Produk Dengan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Moderasi Terhadap Keputusan Pembelian Online Situs Shopee. Xii(3). *Jurnal*

*Tepak Manajemen Bisnis* Vol. Xii. No. 3. Juli 2020.

Dr. Candra Wijaya, M.Pd., dan Muhammad Rifa'i, M.Pd. Organisasi, M. P. (n.d.). 2016. *Dasar-Dasar Manajemen Mengoptimalkan Pengelolaan Organisasi Secara Efektif Dan Efisien*. medan: perdana publisng.

[Http://Riset.Unisma.Ac.Id/Index.Php/Jrm/Article/Viet/866/860](http://Riset.Unisma.Ac.Id/Index.Php/Jrm/Article/Viet/866/860)

Ike Kusdyah Rachmawati 1, Yunus Handoko1, Fenia Nuryanti 1, Maulidia Wulan1 Syarif Hidayatullah. 2019. Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Pelanggan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online

Ilham Tugiso, Andi Tri Haryono, Maria M Minarsih. 2016. *Pengaruh Relationship Marketing, Keamanan, Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Dan Loyalitas Konsumen Sebagai Variabel Intervening*. *Journal Of Management, Volume 2 No.2 Maret 2016*.

Indrasih, Puput, Yandri Sudodo, Dan Hanifa Sri Nuryani. *Impulsif Secara Online ( Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa ) Manajemen, Jurnal, D A N Bisnis, And V O L No.20192 (1)*

Jayanti, R. D. (2015). Pengaruh Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Harapan Maulina Hijab Jombang). *Stie Pgri Dewantara Jombang, 10(1)*, 13–27.

Jayanti, R. D. (2015). Pengaruh Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus pada Harapan Maulina Hijab Jombang). *STIE PGRI Dewantara Jombang, 10(1)*, 13–27.

Manajemen, J., Bisnis, D. A. N., & No, V. O. L. (2019). *IMPULSIF SECARA ONLINE ( Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa )*. 2(1).

Marisa Arnindita Palma, Anik Lestari Andjarwati. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (*Studi Pada Pelanggan Produk Fashion Melalui Toko Online Di Surabaya*). *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen Volume 16, No. 1, Januari – Juni*

Nurmin Arianto dan Sabta Ad Difa. 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt Nirwana Gemilang Property*. *Jurnal Disrupsi Bisnis, Vol. 3, No. 2, Juli 2020 (108 - 119)*

- Nursani, Arifin, R., & Hufron, M. (2018). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Harga, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen E-Commerce Melalui Shopee (Studi Pada Mahasiswa Unisma). *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 102–115.
- Nursani, Rois Arifin, And Muhammad Hufron. 2018. *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Harga, Kualitas Layanan, Dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen E- Commerce Melalui Shopee (Studi Pada Mahasiswa Unisma)*. *Jurnal Ekonomi Bisnis* 102-15
- Palma, M. A., Kunci, K., Vljq, D. V. H., Lqàxhqfh, F., & Uhsxufkdvh, W. K. H. (N.D.). *Pengaruh Kualitas Produk , Kemudahan , Dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening ( Studi Pada Pelanggan Produk Fashion Melalui Toko Online Di Surabaya )*.
- Palma, M. A., Kunci, K., Vljq, D. V. H., Lqàxhqfh, F., & Uhsxufkdvh, W. K. H. (n.d.). *PENGARUH KUALITAS PRODUK , KEMUDAHAN , DAN HARGA TERHADAP NIAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING ( Studi Pada Pelanggan Produk Fashion Melalui Toko online di Surabaya )*.
- Pawirosumarto. (2016). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem E-Learning 416 - 433 *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen, Volume Vi, No. 3, Okt 2016. Vi(3)*, 416–433.
- Rachmawati, I. K., Handoko, Y., Nuryanti, F., Wulan, M., & Hidayatullah, S. (2019). *Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Pelanggan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online. September*.
- Rachmawati, I. K., Handoko, Y., Nuryanti, F., Wulan, M., & Hidayatullah, S. (2019). *Pengaruh kemudahan, kepercayaan pelanggan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian online. September*.
- Ria Yunita Dewi, Yulianeu, Andi Tri Haryono, Edward Gagah. 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), *Manajemen, F., & Surabaya, A-36. 2(April)*.
- Rofiq, A., & Hufron, M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Powernoise Store Studi Kasus Pada Konsumen Powernoise Store Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 7(02), 152–167.

- Setiawan, Edwin Hadi, And Anisatul Fauziah. 2017. *Pengaruh Keamanan Kemudahan, Kepercayaan, Dan Resiko Kinerja Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Toko Pedia.Com Di Kabupaten Lamajang. Jurnal Ilmu Manajemen Advantage 01(1) : 64-75*
- Suharno Pawirosumarto. 2016. *Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem E-Learning. Jurnal Ilmiah Manajemen, Volume VI, No. 3, Okt 2016. VI(3), 416–433.*
- Tugiso, I., Haryono, A. T., & Minarsih, M. M. (2016). *Pengaruh relationship marketing, Keamanan, kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian online shop dan loyalitas konsumen sebagai variabel intervening studi kasus pada onlineshop "Numira" Semarang. Journal of Management, 2(2), 1–18.*
- Tugiso, Ilham, Andi Tri Haryono, And Maria M Minartih. 2016. *Pengaruh Relationship Marketing, Keamanan, Kepercayaan Dan Kualitas Palayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Dan Layolitas Konsumen Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus Online Shop 'Numira' Semarang. Journal Of Management 2 (2): 1-18.*