

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdjul, R., Soegoto, A. S., & Soepeno, D. (2018). *ANALISIS PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PPRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL NISSAN GRAND LIVINA PADA PT. WAHANA WIRAWAN MANADO*. 6(4), 3553–3562.
- Abdullah, T. dan F. T. (2016). *Manajemen Pemasaran*. PT. Rajagrafindo Persada.
- Ahmad, M., & Santoso, R. B. (2021). Manajemen Pengembangan Karakter Muslim Moderat Pada Siswa Madrasah Aliyah. *JIEI*, 7(01), 475–483.
- Akdel Parhusip<sup>1</sup>, Merry G. Panjaitan<sup>2</sup>, M. D. H. (2020). Peran Manajemen dalam Mengembangkan Pelayanan di Gereja Pentakosta Indonesia Sidang Perumnas Martubung, Medan. *EPIGRAPHE*, 4(1), 44–56.
- Ansofino. (2016). *Ajar Ekonometrika*. Deepublish.
- Arifin. (2018). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Journal of Materials Processing Technology*, 1(1), 1–8.  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001><http://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055><https://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006>[https://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.127252](https://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.04.024)<http://dx.doi.org/10.1016/j.matlet.2019.127252>
- Arikunto, S. (2017). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Cetakan Kelimabelas. PT Asdi Mahasatya.
- Azhar, I. (2017). Pengaruh Kualitas Aparatur Daerah dan Regulasi terhadap Manajemen Aset pada Pemerintah Kota Banda Aceh. *JEMSI*, 1(1), 49–61.

- Batla Jerry, S. (2016). PENERAPAN FUNGSI-FUNGSI MANAJEMEN PADA APARATUR PEMERINTAHAN KAMPUNG TAMBAT KABUPATEN MERAUKE. *EKONOMI & SOSIAL*, 7(2), 135–155.
- Daempal, Y. S. (2021). MANAJEMEN LAYANAN BIMBINGAN DAN KONSELING DI SMA BUNDA HATI KUDUS JAKARTA. *Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 12(April), 1–13.
- Dinawan, M. R. (2010). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi kasus pada konsumen Yamaha Mio PT. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, IX(3), 335–369.
- Faradila, R. S. N., & Soesanto, H. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengunjung Toko Online berrybenka.com di Kalangan Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 13(2), 149. <https://doi.org/10.14710/jsmo.v13i2.13406>
- Firmansyah. (2019). Pengaruh Strategi Pemasaran dan Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa pada STIE Mahaputra Riau. *SAMUDRA EKONOMI DAN BISNIS*, 10(1).
- Ghozali, I. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Japarianto, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35–43. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35-43>
- Kahfi, S., & Kasanova, R. (2020). Manajemen Pondok Pesantren Di Masa Pandemi Covid-19. *Pendekar: Jurnal Pendidikan Berkarakter*, 3(1), 26–30.

- Lapian<sup>2</sup>, Y. F. M. J., Soegoto<sup>3</sup>, A. S., & 1, 2, 3. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK, SUASANA TOKO DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KFC BAHU MALL MANADO. *EMBA*, 5(2), 2839–2847.
- Maharama, A. R., & Kholis, N. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gojek Di Kota Semarang Yang Dimediasi Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 19(2), 203. <https://doi.org/10.30659/ekobis.19.2.203-213>
- Ningrum, M., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Harga, P. P., Dan, K. P., Manajemen, P. S., & Ekonomi, F. (2019). Pengaruh persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *IQTISHADEQUITY*, 2(1), 23–35.
- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 27, 927. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>
- Putra, I. P. A. P. A., Sukaatmadja, I. P. G., & Giantari, I. G. A. . (2016). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Terhadap Kepercayaan dan Niat Beli E-Ticket pada Situs Traveloka. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 5.9, 9, 3007–3030.
- Ratnawati, A. Y., & Susena, E. (2017). ANALISIS MANAJEMEN PEMASARAN BATIK DI KAMPOENG BATIK LAWEYAN SURAKARTA Anista Yulia Ratnawati, Edy Susena. *INFORMA*, 3.
- Riduwan. (2017). *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Alfabeta.
- Risiko, P. P., Kemudahan, P., Kepercayaan, D. A. N., Hibaturrahman, B., & Pradana, M. (2021). *KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ONLINE*

*PENGGUNA LAYANAN CLOUD GAMING ( Studi Pada Pengguna Aplikasi Skyegrid ) THE EFFECTS OF RISK PERCEPTION , EASY PERCEPTION AND CONSUMER TRUST ON ONLINE BUYING INTERESTS OF CLOUD GAMING SERVICE USERS ( Study on Skyegrid Ap. 8(1), 409–419.*

- Silaban, B. E., Rosdiana, D., Nusantara, I. B., Silaban, B. E., Pengaruh, R., & Layanan, K. (2020). PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ONLINE SHOP SOCIOLLA. *Manajemen Bisnis*, 23(3), 202–224.
- Sitorus, S. D., Kholid, M., & Mawardi. (2019). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI RISIKO, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ONLINE (Studi pada Mahasiswa Pengguna Aplikasi Jual Beli Online Carousell). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 73(1), 10.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Sumarno. (2021). MANAJEMEN MODERN & MANAJEMEN ISLAM Sumarno. *MUMTAZ*, 1(2), 100–116.
- Tawas, W. S. P. 1 B. T. H. (2017). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, PRODUK, PROMOSI, DAN TEMPAT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA VIXION (STUDI KASUS PADA KONSUMEN PENGGUNA DI AMURANG). *EMBA*, 5(2), 2313–2322.
- Tumembouw, F. D., Mandey, S. L., Loindong, S., Sam, U., & Manado, R. (2019). ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA AGYA DI MANADO (Studi Kasus: PT Hasjrat Abadi ). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 481–490.

- Umaningsih, W. P., & Wardani, D. K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan E-Money. *Jurnal Akutansi Dan Ekonomi*, 5(21), 113–119. <https://doi.org/10.29407/jae.v5i3.14057>
- Umar, H. (2017). *Deasain Penelitian MCDM dan Prilaku Karyawan*. PT Rajagrafindo Persada.
- v. M. buyanov. (2017). 濟無No Title No Title No Title. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013, 1–22.
- Wahyuningsih, S. A. (2019). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kemanfaatan Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening*. 1–105.
- Wahyuningtyas, Y. F., & Widiastuti, D. A. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen Barang Fashion Di Facebook). *Kajian Bisnis STIE Widya Wiwaha*, 23(2), 112–120. <https://doi.org/10.32477/jkb.v23i2.208>
- Wulandari, R. (2019). Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Pegawai Terhadap Keputusan Pembelian Di Pusat Perbelanjaan. *IQTISHADEquity*, 2(1), 68–70.
- Wulandari, Y. T. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Resiko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Melalui Media Sosial Instagram. *Manajerial*, 4(1), 91. <https://doi.org/10.30587/manajerial.v4i1.310>
- Yudiatmaja, F. (2017). *Analisis Jalur*. PT Rajagrafindo Persada.