

DAFTAR PUSTAKA

- Adiningsih, Fatimah. 2018. Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Informasi, Persepsi Resiko, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Jurnal Publikasi Ilmiah*. Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Adyanto,B.C.,&Santosa,S.B.(2018).Pengaruh Kualitas Layanan, *BrandImage*, Hargadan Kepercayaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Layanan E.Commerce Berry Benka.com). *Diponegoro Journal Of Manajement*.
- Anthasari, N. H., & Widiastuti, E. (2016). Pengaruh Faktor Kepercayaan, Keamanan Dan Persepsi Pada Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shopie Martin Melalui Sistem Online Di Surakarta. *Smootin*, Surakarta.
- Arikunto dan Suharsimi. (1997). *Prosedur Penelitian*. Penerbit Rinerka. Semarang
- Alwafi, F., & Magnadi, R. H. (2016). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia. Com. *Diponegoro Journal Of Management*, Semarang.
- Budianto, Fajar Et Al. Pengaruh Kemudahan, Kualitas Produk, Kepercayaan, Kualitas Informasi, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Jejaring Sosial Facebook. 2022. *Jurnal Manajemen*.
- Buchari, Alma. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan. Kesembelian.Bandung: Alfabeth.
- Ferdinand, A. (2014). Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen. *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisi Multivariate Dengan Program SPSS 19*. In *Bandan Penerbitan Universitas Diponegoro*.Semarang.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, edisi 5. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghazali, Miliza. 2016. *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram: Panduan MenjanaPendapatan dengan Facebook dan Instagram*. Malaysia: Publishing House.
- Handaruwati, Indah. Analisa Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Tindakan Pembelian Produk Secara Online. 2020. *Jurnal Manajemen*. Volume 2, No 4.

- Kotler,P.(2008). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, G. (2014). *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. CV. Ciptabuana. Jakarta
- Nafiisah, Sa'adatun, Sri Nuringwahyu Dan Dadang Krisdianto. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Testimoni Produk Di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian. 2021. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 10, No 2,
- Permatasari, C. D. W. (2015). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Resiko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Pengguna Situs Olx.co.id. *Jurnal Universitas Dian Nuswantoro*, Semarang.
- Sitanggang, Yessika Ronauli. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Secara *Online* Di Kota Batam, Skripsi, Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam, Batam. 2021.
- Sugiyono.(2016).*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. CV. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 1999. *Statistika Untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung.
- Sukma, Adi. 2012. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Social Networking Websites*. Universitas Gunadarma, Depok.
- Syahrum, & Salim. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Cipta Pustaka Media. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy, (2007). *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Edisi 1 Cetakan 1. AndiYogyakarta.Yogyakarta