

DAFTAR PUSTAKA

- Abrar, Ana Nadhya. 2003. *Teknologi Komunikasi: Perspektif Ilmu Komunikasi*
Yogyakarta: LESFI.
- Ardyanto, Denni., Heru Susilo, dan Riyadi. 2015. Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Menggunakan ECommerce terhadap Keputusan Pembelian Online (Survey pada Konsumen www.petersaysdenim.com). *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 22 No. 1.
- Assuari, Sofjan. 2010. *Manajemen pemasaran*. PT Grafindo Persada. Jakarta
Company Trustworthiness Online: A Comprehensive Model And. Kertajaya
- Ferrinadewi, E. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen*. Jakarta : Graha Ilmu.
- Hardiawan, Anandya Cahya. 2013. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Pengguna Situs Jual Beli Online tokobagus.com. Skripsi Tidak Diterbitkan. Semarang: UNDIP.
- Hasan, Iqbal. 2002. *Pokok-Pokok Materi Teori Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Koufaris, Marios & William Hampton – sosa, 2002, *Initial Perceptions of*
Kertajaya, Hermawan. 2013. *Brand Operation*. Jakarta: Esensi Erlangga Group
Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama
- Kertajaya, Hermawan. 2007. *Positioning, Differensiasi, dan Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Hermawan. 2013. *Brand Operation*. Jakarta: Esensi Erlangga Group
- McKnight, D.H., Choudhury, V. and Kacmar. C. 2002. Developing and Validating Trust Measures for ECommerce: An Integrative Typology. *Information System Research*, 13(3). 334-359.
- Parasuraman,A., Zeithaml,V.A. and Berry, L.L (1988), *SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*, *Journal of Retailing*, Vol.4(1)
- Rizki, A.G., Hidayat, K. and Rahma Devita, L.D., 2019. Pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee Indonesia. (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 yang Membeli

- Barang Secara Online di E-commerce). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 72(2), pp.49-56.
- Ratri, Lutiary Eka. 2007. *Strategi Memenangkan Persaingan Pasar*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tjiptono, F dan G. Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik Edisi 2*. Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono. 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Wahyuningtyas, Yunita Fitri. (2015). Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen Barang Fashion di Facebook). *Jurnal Kajian Bisnis* Vol. 23, No. 2, Juli 2015.
- Wiedenfels, G. 2009. *Trust of Potential Buyers in New Entrepreneurial Ventures*. Wiesbaden: Gabler.
- Yosephine, Eka. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk secara Online pada Siswi SMA Santa Ursula Jakarta.
- Yuliantiningsih, A. and Rahardjo, S.T., 2016. Analisis pengaruh citra merek, produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian (Studi pada Konsumen Bandeng Juwana Elrina). *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), pp.695-705.
- Tjiptono, F dan G. Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik Edisi 2*. Andi. Yogyakarta.