

DAFTAR PUSTAKA

- Almana, Amal M. 2013. The Impact of Electronic *Word Of Mouth* Consumers' Purchasing Decisions. *International Journal of Computer Applications*, 82 (9). 23-31.
- Amstrong, Garry & Philip, Kotler. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Buchari Alma, 2007, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi, Bandung CV. Alfabeta.
- Chadafi, Munandar. 2016. Pengaruh Harga *Celebrity Endorser*, Kepercayaan dan Psikologi terhadap Keputusan Pembelian Online Shop di Media Sosial Instagram. *Jurnal Visioner dan Strategis*, 5(2). 1-8.
- Daryanto, 2014. *Pembelajaran Tematik, Terpadu , Terintegrasi (Kurikulum 2013)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali, Imam. 2009. *Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2011. *Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2012. *Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Hamali, Arif Yusuf. 2017. *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Hardiawan, Anandya Cahya. 2013, *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*, Semarang : Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta: Medpress
- Irda, Rosha, Zeshasina dan Titipani, Wulandari. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kerajinan Perak di Nagari Koto Gadang Kabupaten Agam. *Jurnal Menara Ekonomi*. 5(2). 44-52.
- Jayanti, Ratna Dwi. 2015. Pengaruh Harga dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian secara Online. *e-jurnal. Stiedewantara.ac.Id*. 10 (1). 14-27.
- Joesyana, Kiki. 2018. Pengaruh *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Media Online Shop Shopee di Pekanbaru. *Jurnal Valuta*, 4(1). 71-85.
- Kenesei, Zsofia dan Sarah Todd. 2003. The Use of Price in the Purchase Decision. *Jurnal of Empirical Generalisations in Marketing Science*, 2003. (<http://www.empgens.com>).
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran edisi 12 jilid I*. Jakarta Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran edisi 13 Jilid I dan II*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Keller, Kevin Lane. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kristiano, Paulus Lilik. 2002. *Psikologi Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.

- Mahkota, Andi Putra dkk. 2014. Pengaruh Kepercayaan dan Kenyamanan terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2). 1-7.
- Maria, Keles Dikna Dkk. 2016. The Effect Of Electronic *Word Of Mouth* On Consumer Buying Decision In Lazada. *Jurnal Emba*, 4(1). 1086-1095.
- Mowen, Jhon C dan Minor, Michael. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Nasution, Hamni Fadlilah. 2018. Pengaruh Kemudahan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian secara online. *Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, 4(1). 26-38.
- Pangestu, Suci Dwi. 2016. Pengaruh Gaya Hidup (*LIFESTYLE*) dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(1). 63-70.
- Putra, Diyos Nugraha Eka. 2015. Pengaruh *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian pada Kafe Kopi Gempol dan Kopi Anjis. *e-proceeding of management*. 2(1). 759-763.
- Sari, Fanny Puspita. 2016. Pengaruh Harga Citra Merek dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(6). 1-15.
- Sciffman, Leon, & Kanuk, Leslie Lazar. 2007. *Perilaku Konsumen*, Edisi ketujuh Jakarta: Indeks.
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods For Business, Buku Dua, Edisi ke Empat*,
- Sudjatmika, Fransiska Vania. 2017. Pengaruh Harga Ulasan Produk, Kemudahan dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian secara Online di Tokopedia.com. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 5(1). 1-7.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukawati. 2018. Pengaruh Kepercayaan, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Melalui Internet di Kota Makasar. *Phinisi Integration Review*, 1(2). 190-200.
- Suwarman, Ujang & Hira, Tahira K. 1993. The Effects of Perceived Locus of Control and Perceived Income Adequacy on Satisfaction with Financial Status of Rular Households, *Journal of Family and Economic Issue*, 14(4).
- Suwarman, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Umar, Husein. 2005. *Metodologi Penelitian*. Jakarta; Salemba Empat.
- Wahyuni, Sari dkk. 2017. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Online di Situs Online Fashion Zalora.co.id. *Jurnal e-Proceeding og Management*, 4(2). 1406-1412.
- Wijayanti, Titik. 2017. *Marketing plan dalam bisnis*. Jakarta: Gramedia.
- Yuliawan, Eko dkk. 2018. Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Zalora Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 12(2). 34-49.

Yuniarti, Y. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fhasion Secara Online. *Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora*, 18 (1),27-37.