

## DAFTAR PUSTAKA

- A Shimp, T. (2010). *Advertising, Promotion, & Other Aspects of Integrated Marketing Communication*. United States: Cengage Learning.
- A, Shimp, Terence (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran.Terpadu, Jilid I ( Edisi 5)*. Jakarta: Erlangga
- Abidin, Z., & Triono, L. D. (2020). *Fresh frozen fish consumer behavior: Effect of the mix and trust marketing on buying interest, purchase decision and customer satisfaction in E-commerce, silly fish Indonesia*. IOP Conference Series. Earth and Environmental Science, 493(1)
- Alfonso, D. (2017). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan E-Commerce Melalui Traveloka. com Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi pada Konsumen Traveloka. com di Kota Medan)*.
- Andy P, Mahkota. Imam Suyadi. Riyadi.(2014). *Pengaruh Kepercayaan Dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Pelanggan Website Ride Inc)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) | Vol. 8 No. 2 Maret 2014. Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya. Malang. Indonesia. Eka, Kesuma. Amr. Shabri (2015)
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Davis, F.D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. *MIS Quarterly*. Vol. 13 No. 5: pp319-339
- Donni Juni Priansa, S.P.d., S.E., M.M., QWP. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Ernawati, Nopy, And Lina Noersanti. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi Ovo* (2020).
- Fandiyanto, R., Sularso, R. A., & Irawan, B. (2018). *Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Ketanggapan, Harga dan Reputasi Perusahaan terhadap Kepercayaan dan Keputusan Pembelian Produk Kerajinan Danbo Secara Online*. *GROWTH*, 15(1), 54-71.
- Faradasya, C. I., & Trianasari, N. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador Kpop Stray Kids Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (studi Kasus E-commerce Shopee)*. *eProceedings of Management*, 8(2).
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., dan Anderson, R. E., 2010, *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*, 7th edition, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hartono, Jogiyanto, 2007. *Model Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi
- Hartono, Jogiyanto. (2019). *Kajian Literatur dan Arah Topik Riset ke Depan*. Jakarta : Andi
- Istiarni, Panggih Rizki Dwi. 2014. "Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris: Nasabah Layanan Internet Banking di Indonesia)". Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Jogiyanto, H. M. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Erlangga.
- Kertamukti, Rama. (2015). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan: Konsep, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Kotler & Keller (2012), "*A Framework for Marketing Management*", Prentice Hall International Inc.: New Jersey.
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong, (2014): *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Inggris: Pearson Horizon.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Managemen and Brand management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Lailiya, N. (2020). *Pengaruh Brand Ambassador dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia*. *Iqtishad EQUITY*, 2(2), 113-126.
- Lea-Greenwood, Gaynor. 2012. *Fashion Marketing Communication E-book*. Somerset, NJ, USA: Wiley.
- Mahkota, Andy Putra dkk. 2014. *Pengaruh Kepercayaan dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Pelanggan Website Ride Inc*. Jurnal : Universitas Brawijaya Malang.
- Mowen, John, C dan Michael Minor. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- Nurhasanah, Mahliza, F., Nugroho, L., & Yananto, M. P. (2021). *The effect of E-WOM, brand trust, and brand ambassador on purchase decisions at tokopedia online shopping site*. IOP Conference Series. Materials Science and Engineering, 1071(1)

- Nurrahmanto, A. P. (2015). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenikmatan Berbelanja, Pengalaman Berbelanja dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen di Situs Jual Beli Online Bukalapak.com*. Skripsi Sarjana Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. Semarang.
- Peter, J. Paul & Jerry Olson . 2009. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* Edisi 9. Jakarta: Erlangga.
- Pradwita, R. B. R. P., Handoko, Y., & Rachmawati, I. K. (2020). *Pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan kualitas informasi pada website www.laroslaptop.com terhadap keputusan pembelian online*. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(2), 212-220.
- Rachmawati, I. K., Handoko, Y., Nuryanti, F., Wulan, M., & Hidayatullah, S. (2019, September). *Pengaruh kemudahan, kepercayaan pelanggan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian online*. In *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF)* (Vol. 3, No. 1, pp. 1617-1625).
- Ramadhani, M. D., & Maskur, A. (2020). *Pengaruh citra merek, kepercayaan, kualitas layanan websiteshoppee terhadap keputusan pembelian online (Studi Pada Mahasiswa Universitas Stikubank Semarang)*.
- Rao, Purba. (2006). *Measuring Consumer Perception Through Factor Analysis*. *The Asian Manager* (February-March).
- Rofiq, A. (2007). *Pengaruh Dimensi Kepercayaan (trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan e-commerce (Studi Pada Pelanggan E-Commerce Di Indonesia)*. Tesis (dipublikasikan), Universitas Brawijaya, Malang.
- Rossiter, John R., & Larry Percy. (1987). *Advertising and Promotion Management*. New York : McGraw-Hill International Book Co.
- Royan, Frans M. 2004. *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Salsabila, H. Z., Susanto, S., & Hutami, L. T. H. (2021). *Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 87-96.
- Shimp, Terence A. (2010). *Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communication*. Canada: Nelson Education, Ltd.
- Solihin, S., & Zuhdi, S. (2021). *Pengaruh Kualitas Website dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online*. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 1(1), 13-22.
- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). *Pengaruh brand ambassador, minat beli, dan testimoni terhadap keputusan pembelian (studi pada situs jual beli online shop shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur periode februari–april 2018)*. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 8(1), 21-34.

- Sugiyono (2012). *“Memahami Penelitian Kuantitatif”*. Bandung : ALFABETA
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang, 2002, *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, Ghalia Indonesia, Bogor
- Supranto, J. 2000. *Teknik Sampling untuk Survei dan Eksperimen*. Jakarta:Penerbit PT Rineka Cipta.