

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Adi Sukma. 2012. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Social Networking Websites". Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma.
- Ahmad Ubaidillah dan Nuraeni, Pengaruh Kualitas Produk dan Word Of Mouth Communication terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada Toko Emas Ari Jaya, Jurnal Ilmu Sosial dan Politik, hal. 16-30
- Al-Arif, Nur Rianto. 2012. Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syaria., Bandung: Alfabeta
- Andy Putra Mahkota Imam Suyadi Riyadi. 2014. " Pengaruh Kepercayaan Dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online." Jurnal Administrasi Bisnis (Jab) Vol. 8 No. 2 Maret 2014
- Angipora, M.P. 2007. Dasar-dasar Pemasaran. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Assauri, S. (2002). Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Basu Swasta, Dharmesta dan Irawan, (2008) Manajemen Pemasaran Modern, Liberty, Yogyakarta.
- Candra Hakim Arif Prasety, Srikandi Kumadji dan Edy Yulianto (2014), "Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan Serta Keputusan Pembelian (Survei pada Pembeli Sepeda Motor Honda Vario pada PT Sumber Purnama Sakti di Kabupaten Gresik)". Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 15 No. 2
- Chen, S. C. dan Dhillon, G. S. 2003. Interpreting Dimensions of Consumer Trust in eCommerce, Information Technology and Management.
- Dany Irawan dan Edwin Japarianto. 2013. Analisa Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nilai Kepuasan sebagai Variable Intervening Pada Pelanggan Restoran POR KEE Surabaya, Jurnal Manajemen Pemasaran Vol 1 No 2
- Dharmmesta, Basu Swasthadan Handoko, T. Hani. 2012. Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen. Yogyakarta: BPFE
- Djaslim Saladin, 2003. Intisari Pemasaran. Penerbit Linda Karya, Bandung
- Donni Juni Priansa. 2017. Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Fransiscus Xaverius Febrianto (2019), "Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Melalui Media Sosial di Yogyakarta" Skripsi. Program Universitas Sanatha Drama, Yogyakarta.

- Goetsch, David L. dan Davis, Stanley M. (1994). *Introduction to Total Quality: Quality, Productivity, Competitiveness* (Merrill's international series in engineering technology). Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall International Inc.
- Irawan dan Wijaya, Farid. 2000. *PEMASARAN Prinsip dan Kasus. Edisi Kedua*. BPFE : Yogyakarta.
- Kasmir. 2005. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Graya Grafindo Persad
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., dan Rao, H. R. 2008. *A Trust-based Consumer Decision making Model in Electronic Commerce: The Role of Trust, Perceived Risk, and Their Antecedents*. *Decision Support Systems*
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2*, PT Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks
- Kotler, Philip. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1*. (Jakarta: Erlangga,)
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran 1. Milenium ed.* (Jakarta: PT. Prenhalindo, 2002).
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*, Erlangga, Jakarta
- Kotler. Philip, Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Manajemen*, Erlangga, 2006
- Lim, K.H. Choon Ling Sia, Matthew K.O. Lee dan Izak Benbasat., 2001, "How Do I Trust You Online, and If So, Will I Buy?: An Empirical Study on Designing Web Contest to Develop Online Trust". *Journal of Management Information System*.
- Mayer, R.C., Davis, J. H., dan Schoorman, F. D. (1995). *An Integratif Model of Organizational Trust*, *Academy of Management Review*. 30 (3): 709-734.
- McCarthy, Jerome, E.; Perreault, William D, 2003. *Dasar-dasar Pemasaran, Edisi kelima, alih Bahasa : Agus Darma*. Jakarta : Erlangga.
- McKnight, Vivek Choudhury dan Charles Kacmar, 2002. "The Impact of Initial Consumer Trust on Intention to Transact with a Website: A Trusting Building Model". *Jurnal Sistem Strategi Informasi*, Vol. 11
- Mustafid dan Gunawan. (2008). " Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kripik Pisang "Kenali" Pada Penduduk Asa Wira-Bandar Lampung. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*", vol 4 no 2. Januari 2008.
- Pardede dan Haryadi (2016), "Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen yang dimediasi Kepuasan Konsumen di Mini Market Indomaret di Wilayah Kelurahan Rorotan

- Polancik, G. (2009) Empirical Research Method Poster. Jakarta:
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sarini Kodu (2013). "Harga, Kualitas produk dan Kualitas Pelayanan pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza." Jurnal EMBA, Vol.1 No.3
- Schiffman dan Kanuk. 2004. Perilaku Konsumen (edisi 7). Jakarta: Prentice Hall.
- Tjiptono, Fandy, 2007, Strategi Pemasaran.Edisi ke dua, penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2008, Strategi Pemasaran, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta.
- Tjiptono,Fandy. 2012. Strategi Pemasaran, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2014, PemasaranJasa –Prinsip, Penerapan,dan Penelitian,Andi Offset, Yogyakarta.
- Triguno. (1997). Budaya Kerja Menciptakan Lingkungan Kondusif untuk Meningkatkan Produktivitas Kerja. Jakarta : Golden Terayon Press.
- Vernando Satria Wijaya dan Yohan Wismantoro (2017), "Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Kepercayaan Nasabah Pada PT. Asuransi Jiwasraya Cabang Kudus." Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis, 2 (2), 2017, Hal : 101 – 113
- Wahyu Kurniawan (2012), "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepercayaan Konsumen Produk Notebook (Studi Kasus Terhadap Dua Merek Notebook)" Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.