

## DAFTAR PUSTAKA

- Albertus, Wisnu Nugroho. 2010. Pelaksanaan Personal Selling Dalam Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Pada Cv.Aceh Honda Motor Bandung. Universitas Komputer Indonesia.
- Alma buchari. (2014). manajemen pemasaran dan pemasaran jasa. bandung cv alfabeta
- Amalia Nur Chasanah, Daniel Kartika Adhi. (2018). “Profitabilitas, Struktur Modal Dan Likuiditas Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Real Estate Yang Listed Di Bei Tahun 2012-2015”. PROFILE FOKUS EKONOMI. <https://doi.org/10.34152/fe.12.2.109-128>.
- Aprilia Dewi Ratnasari. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian di Djawi Lanbistro Coffee And Resto Surabaya. Jurnal Unesa, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya.
- Ashar Sunyoto Munandar, 2001, Psikologi Industri dan Organisasi,. Universitas Indonesia (UI-Press).
- Asrizal Efendy Nasution, Linzzy Pratami Putri, Muhammad Taufik Lesmana. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. DOI: <http://dx.doi.org/10.30596%2Fsnk.v1i1.3594>.
- Baskara, I. P. & Hariyadi. G. T. (2014). Analisis pengaruh kepercayaan, keamanan, kualitas pelayanan dan persepsi akan resiko terhadap keputusan pembelian melalui situs jejaring sosial (social networking websites). Semarang: Universitas Dian Nuswantoro.
- Davis, L., Wang, S. and Lindridge, A., 2007, “Culture influences on emotional responses to on-line store atmospheric cues”, Journal of Business Research, Vol. 37 No. 2, pp. 806-812.
- Deddy Mulyana.2010.Pengantar Ilmu Komunikasi. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Donney dan Cannon. 2005. Proses Kepercayaan. Rineka Cipta. Jakarta.
- Firmansyah, M. Anang. 2018. Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran). Yogyakarta: CV Budi Utama
- Gafen, 2002. The Conceptualization of Trust, Risk and their Relationship in Elektonik Commers: the need for clarification
- Gefen, David. 2002. Customer Loyalty in E-Commerce. Journal of the Association for Information Systems: Vol. 3: Iss. 1, Article 2.

- Kim, H.S. 2006. Using Hedonic and Utilitarian Shopping Motivations to Profile Inner City Consumers. *Journal of Shopping Center Research*, 13 (1), 2006, 57-79
- Kim, J.K., & Park.H.A. (2006). Imputation Using Response Probability, *Canadian Journal of Statistics*. Vol 34 Hal 171-182.
- Kotler, Amstrong. 2016. Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi kedua belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2007). *Manajemen Pemasaran* (15th ed). Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Keller, 2012, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Koufaris, M. and Hampton-Sosa, W., 2004, "The development of initial trust in an online company by new customers", *Information & Management*, Vol. 41 No. 3, pp. 377-397.
- Maharani, A.D. 2010. Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang. Skripsi.
- Nadhril Adabi. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok. *Jurnal manajemen*. DOI: <https://doi.org/10.30872/jmmn.v12i1.7259>.
- Panjaitan, Poppy, and Arik Prasetya. "Pengaruh Social Media Terhadap Produktivitas Kerja Generasi Millennial (Studi Pada Karyawan PT. Angkasa Pura I Cabang Bandara Internasional Juanda)." *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, vol. 48, no. 1, Jul. 2017
- Priansa, Donni Juni. 2018. *Perencanaan & Pengembangan SDM*. Bandung. Alfabeta
- Rahmat, J. (2010). *Psikologi komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ratna Dwi Jayanti (2015). Pengaruh Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Harapan Maulina Hijab Jombang). *EKSIS Vol X No 1*, April 2015.
- Rosengren, Karl Erik dkk. 1974. *Media Gratifications Research : Curent Perspektif*.
- Roseu, Emauel, 2000. *The Anatomy Of Buzz: How To Create Word Of Mouth Marketing*, 1stEd., Doubleday. Random House, inc. New York.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behaviour* (10th ed). New Jersey, Pearson Prentice Hall.

Soebandhi, Santirianingrum (2019) Utilitarian and Hedonic Motivations: Its Influences on Search and Purchase Intention on Instagram. EOM Society International.

Sumarwan, U. (2011). Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran (Edisi Kedua). Bogor: Ghalia Indonesia.

Suryani, Tatik.(2013). Perilaku Konsumen di Era Internet. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tang, TW, and WH Chi. 2005. "The Role of Trust in Customer Online Shopping Behavior : Perspective of Technology Acceptance Model." International Journal: 0–6. <http://en.scientificcommons.org/43304715>.

Tjiptono, Fandi. dan Gregorius, Chandra. (2011). Service, Quality, dan Satisfaction. Yogyakarta : CV ANDI

