

Daftar Pustaka

- Agustina, V., Sinurat, R., & Ali, M. M. (2020). *Analysis of E-Service Quality and Quality Information on Trust and Impact on Purchase Decision on Consumer Tokopedia (Case Study of Tokopedia Customers in Tangerang City)*. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(3), 538–548.
- Anggraeni, N. M. S., & Yasa, N. N. K. 2012. *E-service quality terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam penggunaan internet banking*. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*.
- Anggraeni, P., & Madiawati, P. N. (2016). *Pengaruh kepercayaan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara online pada situs www. traveloka. com*. *eProceedings of Management*, 3(2).
- Arikunto, & Suharsimi. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Bawono, A. (2006). *Multivariate Analysis dengan SPSS*. STAIN Salatiga press.
- Chen, S. C. & Dhillon, G. S. 2003. *Interpreting Dimensions of Consumer Trust in eCommerce*, *Information Technology and Management*, 4,303-318.
- Christy, F. E. (2020). Top 10 E-commerce di Indonesia Kuartal I 2020. Data.Tempo.Co. <https://data.tempo.co/data/907/top-10-e-commerce-di-indonesia-kuartal-i-2020>
- George, J. F. 2004. *The theory of planned behaviour and Internet purchasing*. *Internet Research*, 14(3), 198-212.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (5th ed.)*. BP Universitas Diponegoro.
- Gunawan, H., & Ayuningtiyas, K. (2018). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam*. *Journal of Applied Business Administration*, 2(1), 152–165. <https://doi.org/10.30871/jaba.v2i1.763>
- Ha, H. Y. & Perks, H. 2005. *Effects of consumer perceptions of brand experience on the web: brand familiarity, satisfaction and brand trust*, *Journal of Consumer Behaviour*, 4(6), 438-452.

- Hidayat, R. (2018). *Data Jumlah Pengguna Internet di Indonesia dan Pertumbuhannya*.www.Kitapunya.Net.
<https://www.kitapunya.net/data-jumlah-pengguna-internet-di/>
- Horppu, M., Kuivalainen, O., Tarkiainen, A. & Ellonen, H.K. 2008. *Online satisfaction, trust and loyalty, and the impact of the offline parent brand*, Journal of Product & Brand Management, 17(6), 403-413.
- Husein Umar. (2005), *Metode Penelitian Untuk Tesis Dan Bisnis*, Jakarta: Grafindo Persada.
- Juliansyah, R. (2019). *Pengaruh E-Service Quality, Kepercayaan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Traveloka Pada Mahasiswa Universitas Sumatera Utara*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran (12th ed.)*. Indeks.
- Kotler, Philip dan Armstrong Gary, 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi 12*, Erlangga, Jakarta
- KUSNANTO, D., OKTAVIANY, R. A., & RAHMA, R. (2020). *Pengaruh Trust Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Singaperbangsa Karawang*. Jurnal Ecoment Global, 5(1), 40.
<https://doi.org/10.35908/jeg.v5i1.912>
- Langton, N. Robbins, P, S. Dan Judge, A, T. 2016. *Organizational Behaviour*. Seventh Canadian Edition.
- Malau, Harman. 2017. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Mustafid & Gunawan, Aan. 2008. *Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Kripik Pisang "Kenali" Pada Pd Asa Wira Perkasa si Bandar Lampung*. Jurnal Bisnis dan Manajemen. Vol 4. No. 2, Hal 123-140
- Nazir, M. (1998). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Parasuraman, A., Zeithmal, V. A., dan A. Malhotra. 2005. *E-S-Qual : A multiple item scale for accessing electronic service quality*. Journal of Service Research, 7, 213 - 233.
- Peter, Paul J. dan Jerry C. Olson.2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran.Buku 1 edisi 9*.Salemba empat. Jakarta

- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Prihanti, D. (2019). *Pengaruh E-Service Quality, Islamic Branding dan Islamic Advertising Ethics terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Shopee di Indonesia)*. SKRIPSI. Salatiga: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Salatiga. <http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/id/eprint/5645>
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. ANDI.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan, Research and Development, Untuk Bidang: Pendidikan, Manajemen, Sosial, Teknik*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., and Malhotra (2000). "A conceptual framework for understanding e-service quality: implications for future research and managerial practice." working paper, Marketing Science Institute: 00-115.