

DAFTAR PUSTAKA

- Adisasmita, S.A. 2011. Jaringan *Transportasi*. Edisi Pertama. Graha Ilmu. Surabaya.
- Akbar, R.M.I., R.A. Sularso dan K. Indraningrat. 2020. *The Effect of Price, Ease of Transaction, Information Quality, Safety, and Trust on Online Purchase Decision*. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1): 77-81.
- Alma, B. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Ed. Rev. VI, Cet.14. Rineka Cipta. Jakarta.
- Azzuri, I. 2021. Pengaruh Harga Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Samsung Galaxy. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Badan Pusat Statistik. 2019. *Jumlah Penumpang Kereta Api 2006-2019*. Desember. BPS Jawa Barat. Jakarta.
- Fernandus, F., dan N. Legowo. 2020. *The effect of website design, website security, information quality, and perceived ease of use on customer satisfaction and online purchase intention in Indonesia e-commerce in Jakarta*. *International Journal of Advanced Trends in Computer Science and Engineering*, 9(2): 1696–1703.
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Cetakan Kedelapan. Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Cetakan 9. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. dan G. Armstrong. 2010. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Ketigabelas. Jilid Satu dan Dua. Erlangga. Jakarta.
- _____ dan _____. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Erlangga. Jakarta.

- _____ dan _____. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran 2*. Edisi Keduabelas. Erlangga. Jakarta.
- _____ dan _____. 2012. *Principles of Marketing, Eleventh Edition, Pearson International Edition, Upper Sandle River, United States of America: New Jersey*.
- _____ dan _____. 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Edisi 13. Erlangga. Jakarta.
- Mbete, G. S., dan R. Tanamal. 2020. *Effect of Easiness, Service Quality, Price, Trust of Quality of Information and Brand Image of Consumer Purchase Decision On Shopee Online Purchase*. *Jurnal Informatika Universitas Pamulung*. 5(2):100.
- Park, C dan Y. Kim. 2006. *The Effect of Information Satisfaction and Relational Benefit on Consumers Online Site Commitmennts*. *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, 4 (1): 70-90.
- Pramono, A., A. Eldine dan L. Muniroh. 2020. *Pengaruh Harga, Dan Online Review Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*. *Manager: Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Priyatno, D. 2012. *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Rafidah, I., (2017). *Analisis Keamanan, Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Lazada*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 6 (2): 1-7.
- Santoso, S. 2015. *Statistik Parametik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Setyaningrum, A. 2015. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. CV AndiOffset. Yogyakarta.
- Stanton, W. J. 2009. *Fundamental of Marketing*. *Mc. Graw Hill. Inc.* New York.
- _____. 2012. *Prinsip Pemasaran*. Edisi Revisi. Erlangga. Jakarta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan Ke-13. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- _____. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D*. Alfabeta. Bandung.
- _____. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D*. Alfabeta. Bandung.

- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4 : Andi. Yogyakarta.
- Wardoyo dan M.D. Susilo. 2017. Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma. Jakarta.
- Wijaya, M. dan F. Jasfar. 2014. Pengaruh Rancangan Situs, Harga, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Pembelian Produk *Fashion* Melalui *Online Shopping*. Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa. 7 (2) : 31-62.
- Yanissa, A.A.M., dan Nursiam. 2020. Pengaruh Kemudahan, Harga, Kualitas Pelayanan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui Aplikasi Shopee. Studi Empiris Pada Mahasiswa Akuntansi Angkatan 2016 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Yunita, N. R., H. Sumarsono dan U. Farida. 2019. Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, Dan Keamanan terhadap keputusan pembelian online di Buka Lapak (Studi kasus pada komunitas Buka Lapak ponorogo). Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi, 3(1): 90–104.



