

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah,Thamrin dan Francis Tantri, Manajemen Pemasaran, Jakarta : Rajagrafindo Persada, 2014.
- Afandi, M Yazid, Fiqh Muamalah dan Implementasinya dalam Lembaga Keuangan Syari'ah, Yogyakarta:Logung Pustaka, 2009.
- Alma, Buchari, Pengantar Bisnis, Bandung:Alfabeta, 2017.
- Agustina, Lidya, Alifia Oktrina Fayardi, dan Irwansyah, “Online Review:Indikator Penilaian Kredibilitas Online dalam Platform E-Commerce”, *Jurnal Ilmu Komunikasi*Vol. 5 No. 2, 2018.
- Agustina,Lidya dan Firman Kurniawan, “Sistem Reputasi Penjual dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian di Platform C2C E-Commerce”, *Jurnal Komunikasi Indonesia*Vol. 7, No. 1, 2018.
- Astiarini, Devi, “Helpfulness of Online Review: a Role of Review Valence (Case Study of Amazon.com)”, *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen*Vol. 1, No. 1, 2017
- Edris, Mochamad dan Panca Winahayuningsih, *Pengantar Bisnis*, Kudus :Universitas Muria Kudus, 2015.
- Fahrudin, Muhammad Fajar dan Emma Yulianti, “Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian nasabah Bank Mandiri Surabaya”, *Journal of Business and Banking* Vol. 5 No. 1, 2015.
- Ghozali, Imam, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005
- Halim, Monica Purnamasari, “Kajian Indikator Kepercayaan Konsumen Akan Online Review pada Proses Keputusan Booking Hotel Secara Online”, *Jurnal Akademika* Vol. 13, No. 1, 2015.
- Hanny, Rissa, “Analisis Strategi Promosi, Komunikasi dan Kepercayaan terhadap Pengambilan Keputusan dalam Menjalankan E-Commerce Networking Bussiness”, *Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma* Vol.1 No.1 2017
- Istanti, Fredianaika, “Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan Berbelanja dan E-Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online Di Kota Surabaya,” *Jurnal Bisnis dan Teknologi Politeknik NSC Surabaya* 4, No. 1, 2017.
- Kanitra,Althaf Revi dan Andriani Kusumawati, “Pengaruh Country of Origin dan Online Customer Review terhadap Trust dan Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu

- Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 Tahun Akademik 2017/2018 Pembeli Produk Oppo Smartphone)”, *Jurnal Admisnistrasi Bisnis Vol. 61*, 2018.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 1, terjemahan Bob Sabran MM, Erlangga, 2008.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 terjemahan Bob Sabran, Jakarta: Erlangga, 2008.
- Mangkunegara, Anwar Prabu, Perilaku Konsumen, Bandung: Refika Aditama, 2002.
- Masrukhin, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kudus: Mibarda Publishing dan Media Ilmu, 2016.
- Mcleod Raymond dan George P. Schell, Sisitem Informasi Manajemen Edisi 9, terjemahan Heri Yulianto, Jakarta: Indeks, 2007.
- Melati, Ina, “Pengaruh Display Produk pada Keputusan Pembelian Konsumen”, *Binus Businnes Review Vol.3 no.2*, 2012.
- Mowen, John C. dan Michael Minor, Perilaku Konsumen Edisi 5 Jilid 2, terjemahan Dwi Kartini Yahya, Jakarta: Erlangga, 2002.
- Peter, J Paul dan Jerry C. Olson, Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran edisi 9 buku 2, Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- Qardhawi, Yusuf, Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam, Jakarta:Robbani Press, 1997.
- Samosir, Charlie Bernando Haloman dan Arief Bowo Prayoga K, “Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Enervon-C”, *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Vol.1 No.3*, 2015.
- Setiadi, Nugroho J, Perilaku Konsumen, Bandung: Prenadamedia Grup, 2009.
- Ujang Sumarwan, Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran Edisi 2, Bogor:Ghalia Indonesia, 2011.
- Setiadi, Nugroho J, Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif Tujuan dan Keinginan Konsumen Edisi Revisi, Jakarta: Kencana, 2010.
- Sudjatmika, Fransiska Vania, “Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia.com”, *Agora Vol. 5, No. 1*, 2017
- Sumarwan, Ujang, Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran Edisi 2, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.

- Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung: Alfabeta, 2009.
- Sujarweni, V. Wiratna, Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi, Yogyakarta: Pustaka Baru, 2015.
- Supardi, Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis, Yogyakarta: UII Press, 2005.
- Sopiah dan Etta Mamang Sangadji, *Salesmanship*, Jakarta: Bumi Aksara, 2016.
- Wahyuningtyas, Yunita Fitri dan Diah Ayu Widiastuti, “Analisis Pengaruh Persepsi Resiko, Kemudahan dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus pada Konsumen Barang Fashion di Facebook)”, *Jurnal Kajian Bisnis* Vol. 23, No. 2, 2015.
- Wardhana, Hefry Wika Kusuma dan Ainur Rochmaniah, “Pengaruh Display Product terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ace Hardware Sidoarjo”, *Kanal* Vol. 1 No. 1, 2014.
- Widodo, Sugeng Setyo, “Pengaruh Discount, Display Produk dan Lokasi Toko terhadap Keputusan Pembelian di TokoD’Sport Kediri”, *Simki-Economics* Vol.1 no.1, 2017.

