

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah dan Tantri. 2012. Manajemen Pemasaran. Jakarta : PT.Raja Grafindo. Persada.*
- Adelia, Ayunda Putri. 2021. Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Kerupuk Lemi Pada Era Digital Di Kecamatan Losari Kabupaten Brebes. Tegal : Politeknik Harapan Bersama*
- Ahmad, Subagyo 2010, Marketing In Business. edisi pertama, cetakan pertama.Jakarta: Mitra Wacana Media.*
- Ahmadi. (2020, Juli). Pengaruh E-Commerce, Promosi Penjualan, dan Gaya hidup terhadap Perilaku Pembelian Implusif. Universitas Jambi, Indonesia, 1(2), 481-493.*
- Akhmad Subkhi dan Moh. Jauhar, 2013, Pengantar Teori dan Perilaku Organisasi, Jakarta : Prestasi Pustaka*
- Akhmad, Fandy (2015), Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan Retail di Sleman, Skripsi Sarjana (Tidak dipublikasikan), Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII*
- Amelia Tjahjono (2013) Analisa Marketing Mix, Lingkungan Sosial Psikologi terhadap Keputusan Pembelian pakaian wanita, jurnal manajemen pemasaran dan bisnis, Vol. 1, No.2, Hal 1-9.*
- Armayanti, N. 2012. Gambaran Kepercayaan Konsumen Terhadap Pembelian. Melalui Media Internet. Sumatra Utara: Fakultas Psikologi.*
- Assauri, S. (2018). Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi). Depok: PT. Raja Grafindo Persada.*
- Badrudin. 2014, Dasar-Dasar Manajemen. Cetakan Kedua. Bandung: Penerbit Alfabeta.*
- Baskara, Isnai Putra dan Hariyadi, Guruh Taufan. 2014. “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (Social Networking Websites) (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Semarang)” Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro.*

*Baskara, Isnai Putra dan Hariyadi, Guruh Taufan. 2014. "Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (Social Networking Websites) (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Semarang)" Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro.*

*Candra Wijaya. dan Muhamad Rifa&#39;i. 2016. Dasar-Dasar Manajemen. Medan: Perdana Publishing.*

*Davis, Gordon B. 2013. Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen. Palembang: Maxikom.*

*Dayat, M. (2019). Strategi Pemasaran dan Optimalisasi Bauran pemasaran dalam. Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan. Jurnal Mu&#39;allim. Vol. 1 (2).*

*Elida, T., & Raharjo, A. (2019). Pemasaran Digital. Bogor: IPB Press.*

*Fahmi. Irham. (2016). Pengantar Manajemen Sumber Daya Manusia Konsep dan Kinerja. Mitra Wacana Media: Jakarta.*

*Handoko, T. Hani. 2012. Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia. Yogyakarta. BPFE*

*Hardiawan, Anandya Cahya. 2013, Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online, Semarang: Universitas Diponegoro.*

*Hasibuan, Malayu Sp. 2012. Manajemen SDM. Edisi Revisi, Cetakan Ke Tigabelas. Jakarta : Bumi Aksara.*

*Hendarsyah, Decky. 2019. "E-commerce Di era Industri 4.0 Dan Society 5.0". IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita 8 (2),171-184.*

*Hong, Hyoo B. dan Hwihyung Cho. (2011). The Impact of Consumer Trust on Attitudinal Loyalty and Purchase Intentions in B2C E-Marketplaces: Intermediary Trust vs. Seller Trust. Seoul. International Journal of Information Management: The Journal for Information Professionals, Vol.31, No.05, Oktober 2011:469-479.*

*Huda, Nurul et. al. 2017. Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi. Jakarta: Kencana.*

*Irfani, A. S. (2020). Manajemen Keuangan dan Bisnis : Teori dan Aplikasi.*

*Gramedia*

*Jogiyanto. 2007. Sistem Informasi Keperilakuan. Yogyakarta: Andi.*

*Kannan P.K. and Hongshuang (Alice) Li (2017). Digital marketing: A framework, review and research agenda, International Journal of Research in Marketing, 34(1), pp. 22-45.*

*Kotler dan Keller. 2014. Buku Prinsip Prinsip Pemasaran By Philip Kotler Gary Armstrong Edisi 12 Jilid I&2. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.*

*Kotler, P & Keller, KL, 2012, Marketing Management (Vol. 14), Prentice Hall, New Jersey.*

*Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.*

*Luther Gullick. 2016. Fungsi – Fungsi Manajemen Menurut Para Ahli.*

*<https://gettingupman.wordpress.com/2013/10/02/bab-i-fungsi-fungsimanajemen-menurut-para-ahli/>, di akses 2 oktober 2023.*

*Malau, Harman. 2017. Manajemen Pemasaran. Teori dan Aplikasi Pemasaran Era. Tradisional Sampai Era Modernisasi Global. Bandung*

*Martinez, P., & Bosque, I. R. del. (2013). CSR and customer loyalty: The roles of trust, customer identification with the company and satisfaction.*

*International Journal of Hospitality Management, 35, 89–99.*

*<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.05.009>*

*Maulina Hardiyanti, 2012, Kepercayaan Pada Penjual dan Persepsi Akan Risiko Pada Keputusan Pembelian Melalui Internet (Online). Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.*

*Mauludiyahwati. S. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Risiko Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.*

*Mudjia Rahardjo. 2017. Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif Konsep dan Prosedurnya. Jurnal Ilmiah. Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik*

*Pradana, Mahir (2015). Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia. MODUS. 27 (2). 163-174.*

*Rachmad, Erwin. 2023. Psikologi Pemasaran Society 5.0. Sidoarjo: Ahmad Sangadji, Etta Mamang; Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen. Yogyakarta. Andi.*

*Sedarmayanti. (2014). Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja. Jakarta: Mandar Maju.*

*Subroto, Budiarto. 2011. Pemasaran Industri. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset*

*Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi. Yogyakarta: ANDI.*

*Sugiyono, 2013, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. (Bandung: ALFABETA).*

*Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.*

*Suhardi, D., & Taufik, N. (2018). The Analysis of Ease of Use, Trust, and Website Quality towards Purchasing Decision in Lazada.co.id. Indonesian Journal Of Business And Economics, 1(1), 38–48.*

*<https://doi.org/10.25134/ijbe.v1i1.1358>*

*Suharno. 2010. Dasar-Dasar Kebijakan Publik : Kajian, Proses dan Analisis. Kebijakan. Yogyakarta. UNY Press*

*Sunyoto, Danang. 2013. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Center of Academic. Publishing Service (APS)*

*Supriyanto, Ahmad Sani dan Masyhuri, Mahfudz (2010). Metodologi Riset. Manajemen Sumber Daya Manusia, Cetakan Pertama, UIN. Press, Malang*

*Turban, E. David King. Jae lee. Ting-Peng. And Deborrah C. Turban. 2010. Electronic Commerce. Managerial Perspective Global Edition (6 edition). New Jersey: Pearson.*

*Wahyuningtyas, Yunita Fitri., dan Dyah Ayu Widyastuti. 2015. Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. Yogyakarta: Jurnal Kajian Bisnis VOL. 23, NO. 2, 2015, 112-120.*