

DAFTAR LITERATUR

- Adityo, B., & Khasanah, I. (2011). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara On Line di Situs Kaskus. Universitas Diponegoro.
- Ardianto Kusuma. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Website Tokopedia (Studi Kasus pada Mahasiswa di Universitas Islam Indonesia). Jurnal Ekonomi, 1–22.
- Aridinta, frinda agnesya, & Widijoko, G. (2019). Analisis Pengaruh Kenyamanan Layanan Online Terhadap Kepuasan Konsumen Mobile Commerce Di. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis.
- Bachdar, S. (2018). Ini Makna Kenyamanan Berbelanja Bagi Konsumen Indonesia. Marketeers.
- Daniel. (n.d.). pengertian promosi menurut para ahli: definisi,tujuan,jenis & contoh. ekonomimanajemen
- Dinawan, Muhammad Rhendria, S. (2010). ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi kasus pada konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya Semarang). Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, IX, 335–369.
- Fenny Ekhomawaty. (2012). Pengaruh Promosi dan Diferensiasi Citra terhadap Minat Masyarakat Menjadi Muzakki pada Rumah Zakat Indonesia Cabang Semarang. 20–21.
- Guru, P. (2020). √ Pengertian Kerangka Berpikir.
- Hariyana, N. (2013). Pengaruh Penggunaan Iklan Endorser Produk Sabun Lux Media Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Loyalitas Merek Pada Konsumen Produk Sabun Lux Di Kabupaten Jember. Jeam, XII(1), 1–24.
- Harun, H. (2006). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Produk Telkom Flexi. Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro, 8.
- Haryani, D. S. (2019). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap

Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Puspandari Asri Tanjungpinang. Jurnal Dimensi

Hayuningtyas, W. H. (2015). Analisis Pengaruh Kenyamanan Dan Keamanan Terhadap Kepercayaan Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian. Skripsi Universitas Diponegoro.

Hayuningtyas, W. H. (2015). Analisis Pengaruh Kenyamanan Dan Keamanan Terhadap Kepercayaan Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian. Skripsi Universitas Diponegoro.

Jananuraga, P. G., & Lestar, N. P. N. E. (2020). Iklan, Citra Merek, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Keputusan Pembelian Putu Galih Jananuraga (1) Ni Putu Nina Eka Lestari (2). 17(1), 133–149.

Komunikasi, I., Dan, O., Kerja, K., & Bott, R. (2014). Kenyamanan. Igarss 2014, X, 1–5.

Kotler, A. B. P. (2014). Konsep Kepuasan Philip Kotler. 29–42. [http://digilib.uinsby.ac.id/2054/5/Bab 2.pdf](http://digilib.uinsby.ac.id/2054/5/Bab%202.pdf)

Lailli. (2020). Mengenal Uji F dan Uji T dalam Penelitian Kuantitatif. Tambahpinter.Com.

Manis, S. (2017). Terlengkap, 12 Pengertian Promosi Menurut Para Ahli.

Maranti, E. (2020). Kuartal III,Shopee Berhasil Ungguli Pemain E-Commerce Lain. Marketeers.

Putta, A. P., & Saluy, A. B. (2013). Analisis Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Berbelanja terhadap Keputusan Pembelian di Situs Jual Beli Online LAZADA di Karawang. Journal of Chemical Information and Modeling, 53(9), 1689–1699.

SATWIKA, I. S. (2012). PENGARUH IKLAN ONLINE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PAKAIAN WANITA CAMELLOO SHOP: Analisis terhadap efektivitas penggunaan iklan media sosial pada Facebook, Twitter dan BlackBerry Messenger.

Setyarko, Y. (2016). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara

- Online. *Ekonomika Dan Manajemen*, ISSN: 2252-6226, 5(2), 128–147.
- Sunyoto, P. K. dan. (2013). Kajian Teori, Kepuasan Konsumen. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Susanto, A. (2013). Pengaruh Promosi, Harga dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Batik Tulis Karangmlati Demak. In Universitas Negeri Semarang.
- Suwarto. (2019). *APLIKASI KOMPUTER BISNIS DAN PENGOLAHAN DATA* (Suwarto (ed.); BUKU PANDU).
- Tjahjaningsih, E. (2013). Pengaruh Citra Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Supermarket Carrefour Di Semarang). *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 28(2), 13–27.
- W Al Baihaqie. (2011). Pengertian Periklanan. *Pengertian Periklanan*, 23.
- Wariki, G. M., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2).
- Weenas, J. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 607–618.