

DAFTAR PUSTAKA

- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Abdullah. (2003). Hubungan antara Efikasi Diri dengan Toleransi dengan Adative. *Jurnal insight*, 13-30.
- Kotler. (2008). *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium diterjemahkan Benyamin* . Jakarta: Prenhallindo.
- Sciffman, & Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen. Edisi kedua*. Jakarta: Indeks Gramedia.
- Durianto. (2013). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan. Perilaku Merek (Cet. Ke-10)*. Jakarta: Gramedia.
- Ferdinand. (2002). *Penelitian Manajemen : Pedoman penelitian untuk. Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: BP UNDIP.
- Assael. (2002). *Consumer Behavior and Marketing Action*. Boston: Atkinson.
- Abdurrahman. (2004). “Analisis Faktor-faktor yang Menimbulkan Kecenderungan. Minat Beli Konsumen.
- Durianto. (2011). *TRATEGI MENAKLUKAN PASAR melalui Riset. Ekuitas dan Perilaku*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Shimp. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi. Pemasaran Terpadu, (Vol. Jilid 1)*. Jakarta: Erlangga.
- Humdiana. (2005). *Strategi Pemasaran*. Jakarta: Gramedia.
- Firmansyah. (2018). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Mulyana. (2019). *Ilmu komunikasi suatu pengantar*. Bandung: Rosadakarya.
- Shamont. (2016). he Impact of Promotional Tools on Consumer Buying. Behavior in Retail Market. *International Journal of Business and Social*.

- Firmansyah, & Fatihudin. (2019). *emasaran Jasa:(Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Jakarta: Deepublish.
- Habibi , & Buana. (2017). *Analisis Promosi Penjualan*. Bandung.
- Kotler, & Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. . Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12*. . Jakarta: Erlangga.
- Sumarni, & Suprianto. (2010). *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar. Ekonomi Perusahaan)*. Edisi ke 5. Jakarta: Gramedia.
- Sukmadinata. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja. Rosdakarya.
- Semiawan. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Jenis , Karakteristik dan Keunggulannya*. . Jakarta: Grasindo.
- Bungin. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta: Kencana, Prenada Media Grup.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yusuf. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*". Jakarta: prenadamedia group.
- Sugiyono. (Alfabeta). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Moleong. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rosdakarya.
- Pavlou, & Fygenson. (2006). *explored consumers' adoption of e-commerce using the extended theory of planned behavior (TPB)*.
- Davis. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*. Vol. 13, 5 - 8.

Gefen, Karahanna, & Straub. (2003). Trust and TAM in online shopping.

Chiang, & Dolaikha. (2003). actors Driving Consumer Intention to Shop Online:  
An Empirical Investigation. *ournal of Consumer Psychology, 13*, 177 -  
178.

Zeithmal. (1988). Perceived value encompasses various properties that influence  
how individuals perceive the value of a product.

Park et el. (2007). suggest that the quality and quantity of online reviews are  
important attributes affecting consumers' information processing. .