



## DAFTAR PUSTAKA

- A. P. Mangkunegara. 2015. *Sumber Daya Manusia Perusahaan. Cetakan kedua belas*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- A. S. Haris Sumadiria. 2011. *Jurnalistik Indonesian Menulis Berita dan Feature*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.;
- Assael, Henry. 2010. *Consumer Behavior 6th Edition*. New York: Thomson Learning
- Bareksa.com (13 Januari 2020). Hingga Awal Januari 2020, Jemaah Umroh Asal Indonesia Capai 505 Ribu. Sumber: <https://www.bareksa.com/berita/umroh/2020-01-13/hingga-awal-januari-2020-jemaah-umroh-asal-indonesia-capai-505-ribu> diakses pada 31 Oktober 2021
- D.W. Angkat, A.E. Prihatini. 2018. Pengaruh Kemudahan, Kualitas Informasi, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Lazada. *Jurnal Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro*, 1 – 8
- Data dan Profil KBIHU Kementerian Agama Republik Indonesia (2020). Sumber: <https://haji.kemenag.go.id> Diakses pada 31 Oktober 2021.
- Databoks (30 September 2021). Sebanyak 86,88% Penduduk Indonesia Beragama Islam. Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/30/sebanyak-8688-penduduk-indonesia-beragamaislam>. Diakses pada 31 Oktober 2021.
- Fang, Y., Israr, Q., Heshan, S., Mccole, P., Ramsey, E. and Kai, H.L. 2014. Trust, satisfaction, and Online repurchase intention: the moderating role of perceived effectiveness of ecommerce institutional mechanisms. *MIS Quarterly*
- G. Ferdiansyah & A. Rahayu. 2016. Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Konsumen (Survei pada Pengguna E-commerce di Indonesia). *Journal of Business Management Education*. Volume 1, Number 3, December 2016, page.17-20
- G. S. Mbete & 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 Pamulang* ISSN: 2541-1004, Vol. 5, No. 2, 100-110.

- H. Hatta. 2016. Keputusan Pembelian: Pengaruh Kualitas Informasi dan Komunitas Virtual Samsung Galaxy Tab di E-Commerce. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Nomor 1, 105 – 121.
- H. Nazarudin & Y. Pela. 2016. Pengaruh Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Situs D'BC Network Oriflame (Studi pada Masyarakat Fatufeto Kota Kupang). *BISMAN Jurnal Bisnis & Manajemen*. Volume 2 Nomor 2, 112 – 134.
- H. Nazarudin & Yunita Pela. 2016. Pengaruh Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Situs D'bc Network Orifline (Studi Pada Masyarakat Fatufeto Kota Kupang). *BISMAN: Jurnal Bisnis & Manajemen*, Vol 2 No 2, 112 – 134
- H. Noviyarto. 2010. Pengaruh Perilaku Konsumen Mobile Internet terhadap keputusan Pembelian Paket Layanan. *InComTech: Jurnal Telekomunikasi dan Komputer*. Vol. 1, No. 2, 107 – 129.
- Hong, I. B. and Cho, H. (2011). The impact of consumer trust on attitudinal loyalty and purchase intentions in B2C e-marketplaces: Intermediary trust vs. seller trust. *International Journal of Information Management*. Vol 1 No. 1
- <https://kbbi.kemendikbud.go.id/entri/Informasi> , Diakses pada tanggal 5 Juni 2018.
- Kotler, dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13*. Jilid 1. Penerbit: Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- M. Sandora. 2020. Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Belanja secara online. *Jurnal Eko dan Bisnis (Riau Economics and Business Review)*. P.ISSN: 1410-7988 E.ISSN: 2614-123X Volume 11, Nomor 3, 290 – 310.
- N. N. A. Salmah. 2015. Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetika Sari Ayu Pada Toko La Tahzan Palembang. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, Vol. 12, No.1, 1 – 13.
- Pawit M. Yusuf, Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), cet. Ke-3, h. 205-207.

- Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umroh (PPIU) Sumber: <https://umrahcerdas.kemenag.go.id/home/travel/index/2> Diakses pada 31 Oktober 2021.
- Peter dan Olson. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi Kesembilan*. Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- R.B.R.P. Pradwita, Y. Handoko, & I.K. Rachmawati. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi pada Website [www.jaroslaptop.com](http://www.jaroslaptop.com) Terhadap Keputusan Pembelian Online. *e-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, ISSN Online : 2613-9774, Volume 8, Nomor 2, Juli 2020 : 212-220
- R.D. Jayanti. 2015. Pengaruh harga dan Kepercayaan terhadap keputusan pembelian secara online (Studi Kasus pada Harapan Maulina Hijab Jombang). *Jurnal EKSIS*, Vol. X, No. 1, ISSN: 1907 – 7513, 13 – 27. Sumber: <http://ejournal.stiedewantara.ac.id>
- Rahadi, D. R. 2013. Pengaruh Karakteristik Website Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis, Volume 5, No. 7, 1 – 10*.
- Romney, Marshall B., dan Paul John Steinbart. 2015. *Accounting Information Systems, 13th ed.* England: Pearson Educational Limited.
- S.C. Tanjaya., L. Mananeke., & H. Tawas. 2019. Pengaruh Kualitas Informasi, Kepercayaan Dan Kemudahan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vape di Instagram. *Jurnal EMBA Vol.7 No.4*, ISSN 2303-1174, 4935-4944
- Schiffman, I.G. dan Kanuk, Leslie L. 2013. *Consumer Behavior. 8th edition*. NewJersey: Prentice Hall.
- Siagian, Hotlan. Cahyono. 2014 Analisis Website Quality, Trust, dan Loyalitas Pelanggan Online. *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol 8 No.2*. 1 – 8
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sutabri, T. 2012. *Konsep Sistem Informasi. (Andi, Ed.)*. Yogyakarta: Andi
- Swastha, Basudan Handoko, Hani. 2011. *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- T.M.M. Maulana & Nasir. 2019. Pengaruh Kualitas Informasi Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dimediasi Oleh Kepercayaan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi E-Commerce Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*

*Manajemen*. Vol. 6, No. 2, 368-384 E-ISSN: 2598-635X, P-ISSN: 2614-7696 <http://jim.unsyiah.ac.id/ekm>

Warner J. Severin dan James W. Tankard, Jr., *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, & Terapan Di dalam Media Massa*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), cet. Ke-5, .h. 293