

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis* (Vol. 22). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Adi, S. D. N., & Nuvriasari, A. (2021). Pengaruh kepercayaan, promosi, dan ulasan produk terhadap keputusan pembelian produk akomodasi di aplikasi traveloka. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 6(1).
- Aladwani, A. M. (2002). The development of two tools for measuring the easiness and usefulness of transactional Web sites. *European Journal of Information Systems*, 11(3). <https://doi.org/10.1057/palgrave.ejis.3000432>
- Alwafi, F., & Magnadi, R. H. (2016). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia.Com Fachrizi. *Diponegoro Journal Of Management*, 5(2).
- Ananda, A. F., & Wandebori, H. (2016). The Impact of Drugstore Makeup Product Reviews by Beauty Vlogger on Youtube Towards Purchase Intention by Undergraduate Students in Indonesia. *ICEBESS (International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science) Proceeding*.
- Annafi, W. M. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepuasan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko Online Shopee Di Surakarta. *Konstruksi Pemberitaan Stigma Anti-China Pada Kasus Covid-19 Di Kompas.Com*, 68(1).
- Apriyani, N., & Suharti, S. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna Smartphone Xiaomi. *Manajemen Dewantara*, 1(1). <https://doi.org/10.26460/md.v1i1.45>
- Ardianto, K., Nuriska, F. P., & Nirawati, L. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Emina Pada Official Store Shopee Di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(2). <https://doi.org/10.31599/Jmu.V2i2.759>
- Bahari, M. F., & Dermawan, R. (2022). *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Tokopedia di Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk Abstrak Abstract. c*, 100–108. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2109>
- Bahri, S. (2018). *Metode Penelitian Bisnis – Lengkap Dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. ANDI: Yogyakarta.

- Beauchamp, M., & Bednarz, N. (2010). Perceptions of Retail Convenience for In-Store and Online Shoppers. *Marketing Management Journal*, 20(1).
- Benny Agung, M. (2020). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tokopedia Pada Mahasiswa Febi Uin Raden Fatah Palembang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9).
- Fadhila, P. R., Fauziyah, A. R., & Rakhmawati, N. A. (2021). Hubungan Akses E-Commerce, Minat Beli, Dan Perilaku Konsumtif Terhadap Promo Tanggal Kembar. *JURSIMA (Jurnal Sistem Informasi Dan Manajemen)*, 9(3).
- Faradisa, I., H, L. B., & Minarsih, M. M. (2016). “Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Indonesian Coffeeshop Semarang (Icos Cafe)”. *Journal of Management*, 2(2).
- Febriantoro, W. (2018). Kajian Dan Strategi Pendukung Perkembangan E-Commerce Bagi Umkm Di Indonesia. *Jurnal Manajerial*, 17(2). <https://doi.org/10.17509/manajerial.v17i2.10441>
- Ferdinand, A. (2014). Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen. Edisi kelima. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Fillbert, M., & Wulandari, A. (2018). Analisa Penerapan E-Commerce pada UKM KeyKey Frozen Food Cimahi Tahun 2018. *E-Proceeding of Applied Science*, 4(3).
- Fransiska Vania Sudjatmika. (2017). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.Com. *Ekonomi Bisnis*, 17(1).
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hariadi, R. D., & Sulistiono, S. (2021). Pengaruh Kualitas Situs Website, Kepercayaan Konsumen, Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Ulang Di Situs Jual Beli Online OLX. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 1(1). <https://doi.org/10.37641/jikes.v1i1.402>
- Hariyanto, H. T. &, & Trisunarno, L. (2020). Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian Pada Toko Online di Shopee. *Jurnal Teknik ITS*, 9(2).
- Hartono, J. (2011). Konsep dan Aplikasi Structural Equation Modeling Berbasis

Varian dalam Penelitian Bisnis. *Yogyakarta: UPP STIM YKPN.*

- Hartono, J. (2014). *Metode Penelitian Bisnis* (Edisi Ke-6). Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Hartono, J. (2016). Metodologi Penelitian Bisnis Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman. Edisi 6. In *Yogyakarta: BPFE.*
- Hendryadi, S. dan. (2016). *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam.*
- Hermawan, I. (2019). Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method) - IWAN HERMAWAN, S.Ag.,M.Pd.I - Google Buku. In *Hidayatul Quran.*
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1). <https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>
- Istanti, F. (2017). Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan Berbelanja dan E-Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online di Kota Surabaya. *Jurnal Bisnis Teknologi*, 4(1).
- Jayathilaka, A. K. K. R. (2020). Relationship between Online Repurchase Intention and E-Satisfaction: Quantitative Research Study Based on Young People in Western Province in Sri Lanka. *OALib*, 07(12). <https://doi.org/10.4236/oalib.1107007>
- Kempa, S., & Wijaya, C. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Lazada. *Agora*, 6(2).
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1. *Manajemen Pemasaran*, 7.
- Kotler dan Keller. (2017). Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1, PT.Indeks,. Jakarta. In *e – Jurnal Riset Manajemen* (Vol. 000, Issue November 2016).
- Lackermair, G., Kailer, D., & Kanmaz, K. (2013). Importance of Online Product Reviews from a Consumer's Perspective. *Advances in Economics and Business*, 1(1). <https://doi.org/10.13189/aeb.2013.010101>
- Latan, H., & Ghozali, I. (2012). Partial Least Square: Konsep, Teknik, dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3. In *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.*
- Magdalena, H., & Irawadi, S. (2018). Optimasi Ahp Dalam Mendukung Umkm

- Di Bangka Belitung Dalam Memanfaatkan E-Commerce. *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, 17(1).
- Maharani, A. dhiyah. (2010). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah tabungan Bank Mega semarang. *Navigation*.
- Malau, H. (2018). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*.
- Mbete, G. S., & Tanamal, R. (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*, 5(2), 100. <https://doi.org/10.32493/informatika.v5i2.4946>
- Muhasri, A. (2020). Pengaruh Ulasan Pelanggan, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Pertamina). *Tugas Akhir*.
- Nilsson, J., & Wall, O. (2017). Online customer experience , satisfaction and repurchase intention for online clothing retailing. *University of Gothenburg , School of Business , Economics and Law, Gothenburg, Sweden*.
- Nurul, M., Soewarno, N., & Isnalita, I. (2019). Pengaruh Jumlah Pengunjung, Ulasan Produk, Reputasi Toko Dan Status Gold Badge pada Penjualan Dalam Tokopedia. *E-Jurnal Akuntansi*, 28(3). <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v28.i03.p14>
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). Perilaku konsumen dan strategi pemasaran (Consumer behavior and marketing strategy). In *Salemba Empat*.
- Pramono, A., Eldine, A., & Muniroh, L. (2020). Pengaruh Harga, Ulasan, Dan Tampilan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Manager : Jurnal Ilmu Manajemen*, 3(3). <https://doi.org/10.32832/manager.v3i3.3909>
- Priansa Juni, D. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pada Era Media Sosial. In *Marketing Communication*.
- Priscillia, M., Budiono, H., Wiyanto, H., & Widjaya, H. (2021). The Effects of Website Design Quality and Service Quality on Repurchase Intention Among Shopee Customers in Jakarta, with Customer Trust as a Mediating Variable. *Proceedings of the Ninth International Conference on Entrepreneurship and Business Management (ICEBM 2020)*, 174. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210507.006>
- Revanica, O. (2019). Pengaruh coupon sales promotion, online customer review dan perceived enjoyment terhadap minat pembelian ulang di e-commerce shopee. In *Digital Repository Universitas Jember* (Issue September 2019).

- Rohmatulloh, C., & Sari, D. (2019). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Shopee. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 3(2).
- Safitri, A. N. (2021). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Lazada. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-Bisma)*. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v0i0.212>
- Sari, M. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan, Ulasan Produk Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Lazada Pada Masyarakat Kota Palembang Oleh. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Vol. 4).
- Shafa, P. M., & Hariyanto, J. (2020). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian dalam Berbelanja Online Melalui Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Bekasi). *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*.
- Sugara, A., & Dewantara, R. Y. (2017). *Analisis Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Penggunaan Sistem Transaksi Jual Beli Online (Studi Pada Konsumen "Z")*.
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). Komponen utama sistem informasi. *Sistem Akuntansi*.
- Sujarweni, V. W. (2020). Metodologi Penelitian. In *Metodologi Penelitian*.
- Sujarweni, W. V., & Utami, L. R. (2019). The Master Book of SPSS. *Anak Hebat Indonesia*, 03(2016).
- Sumarwan, U. (2011). Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran, Ghalia Indonesia. Bogor. *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*.
- Swastha, B. D., & Handoko, H. (2012). Manajemen pemasaran analisis perilaku konsumen. edisi pertama. In *BPFE- Yogyakarta*.
- Tanjaya, S. C., Maneke, L., & Tawas, H. (2019). Pengaruh Kualitas Informasi, Kepercayaan Dan Kemudahan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vape Di Instagram. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4).
- Tilaar, F., Lapian, S. L. H. V. J., & Roring, F. (2018). Pengaruh kepercayaan, dan

motivasi terhadap minat beli pengguna shoppe secara online pada anggota pemuda gmm zaitun mahakeret. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).

- Tjiptono, & Fandy. (2015). Strategi Pemasaran, edisi keempat. In *Edisi I*. Yogyakarta: Andi.
- Wahyuningtyas, R. A. (2016). Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Persepsi Kegunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Layanan Aplikasi Go-Jek Di Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 4(3).
- Widijoko. (2018). Analisis Pengaruh Kenyamanan Layanan Online Terhadap Kepuasan Konsumen Mobile Commerce Di Indonesia. *Ekonomi Dan Bisnis*, 1–23.
- Widiyanto, I., & Prasilowati, S. L. (2015). Perilaku Pembelian Melalui Internet. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan (Journal of Management and Entrepreneurship)*, 17(2). <https://doi.org/10.9744/jmk.17.2.109-122>
- Wulfeck, W. H., Lucas, D. B., & Britt, S. H. (1951). Advertising Psychology and Research. *The American Journal of Psychology*, 64(4). <https://doi.org/10.2307/1418222>
- Yamin, Sofwan., Kurnaian, H. (2011). Generasi Baru Mengolah Data Penelitian dengan Partial Least Square Path Modeling: Aplikasi dengan Software XLSTAT, SmartPLS, dan Visual PLS. *Pengetahuan Dan Sikap Dalam Penelitian Kesehatan*, 11150331000034.