

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Rivai dan Darsono Prawironegoro. 2015. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Abdullah, Thamrin, dan Francis Tantri. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Ade, Indra Permana. 2020. Pengaruh Kualitas Website, Kulaitas Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Beli Pelanggan di Situs Belanja Online Bukalapak. Vol 25 No. 2.
- Aningtyas, Eria Suci., Supriyono. 2022. Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk Zoya di Outlet Kediri. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 1592-1597.
- Anwar, R., & Adidarma, W. 2016. Pengaruh Kepercayaan dan Risiko pada Minat Beli Belanja Online. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 14(2), 155-168.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Basu Swastha & Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta.
- Boo Ho Voon Et Al. 2013. *Human Service Matters : A Cross-National Study In Restaurant Industry*. *Asian Journal of Business Research*, Vol. 3, No. 2.
- Donni Priansa. 2017. *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung: Alfabeta.
- Engel, James F., Roger D. Blackwell., dan Paul W. Miniard. 1995. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Bina Rupa Aksara.
- Fang Chen-Ling dan Lie Ting. 2006. *Assessment Of Internet Marketing and Competitive Strategies For Leisure Farming Industry in Taiwan*. *Journal of American Academy of Business*. ISSN 15401200, Vol. 8 Issue 2, p.296-300. Cambridge.
- Fauzi, S., & Lina, L. F. 2021. Peran Foto Produk, Online *Customer Review*, *Online Customer Rating* pada Minat Beli Konsumen di E-Commerce. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1)
- Fandy, Tjiptono, 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.

- Fandy, Tjiptono, 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Ferdinand. 2002. *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis dan Desetasi Ilmu Manajemen*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Fidanty Shahnaz, Nanda Bella dan Wahyono. 2016. Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen di Toko Online. *Physical Review* (Series I)389-399.
- Firdayanti, R. 2012. Persepsi Risiko Melakukan E-commerce dengan Kepercayaan Konsumen dalam Membeli Produk Fashion Online. *Journal of Social and Industrial Psychology*. Vo.1 No.1 (1-7).
- Ganyang, M. T., & Ritonga, W. 2021. Pengaruh Harga dan *Customer Riview* Terhadap Minat Beli Produk JMSAB 373. *Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 4(2), 373-380.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*. Edisi 7. Semarang : Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar. 1997. *Ekonometrika Dasar*. Jakarta:Erlangga.
- Gulton, Fahrian Arsyam. 2021. Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus E-Commerce Lazada di Kota Makassar). Makassar.
- Gustavsson, M. and Johansson, A., 2006. *Consumer Trust in E-Commerce*. The Department of Business Studies, International Business Program. FEC 685 Bachelor Dissertation, Kristianstad University, Sweden.
- Kotler, P & Keller, Kevin. L. 2016. *Marketing Management 15<sup>th</sup> Global Edition*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P & Armstrong, Gerry. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Maskuri, Muh. Ali, dkk. 2019. Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Online. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*. Vol. 16, No. 2.
- Monroe. 2003. *Pricing Making Profitable Decision*. New York: The Mc Graw-Hill Companies, Inc.
- Oppenheim, C., & Ward, L. 2006. *Evaluation of web sites for Aslib Proceedings : New Information Perspectives*, 58 (3), 237-260.

- Pavlou & Fygenon, 2013. *Understanding and Predicting Electronic Commerce Adoption : an Extension of The Theory of Planned Behavior, MIS Quarterly, Vol. 30 No.1.*
- Peter, J.Paul & Jerry c. Olson. 2008. *Cunsumer Behaviour* Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Jakarta:Erlangga.
- Putri, et al. 2018. Pengaruh *Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness* terhadap Kepuasan Pengguna Transaksi Go-pay. Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi Program Studi Pendidikan Akuntansi-FKIP Universitas PGRI Madiun.
- Priyatno, Dwi. 2012. Mandiri Belajar SPSS (Statistical Product and Service Solution). Untuk Analisis & Uji Statistik. Yogyakarta: MediaKom.
- Rangkuti, Freddy. 2013. Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Santoso, Singgih. 2002. Buku Latihan SPSS Statistik Para Metrik. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Schiffman dan Kanuk. 2007. Perilaku Konsumen. Edisi Kedua, Jakarta:PT. Indeks Gramedia.
- Septianie, I., & Wiyata, M. T. 2020. Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Niat Pembelian Secara Online pada Platform E-Commerce Lazada Indonesia. *Winter Journal*, 1(1), 73-83.
- Severin, W. J., Tankard, J. W. 2014. Teori Komunikasi, Sejarah, Metode dan Terapan di dalam Media Massa (Edisi Kelima). Jakarta: Kencana Media Group
- Siagian, Hotlan., Cahyono, Hotlan., 2014. Analisis *Website Quality, Trust, dan Loyalty* Pelanggan Online Shop, *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol.8 no. 2.
- Sujarweni, Wiratna, 2019. Metodologi Penelitian. Penerbit Pustaka Baru Press. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung:PT Alfabet.
- Suparyanto dan Rosad, 2015. Manajemen Pemasaran. Bogor:IN MEDIA.
- Thamizhvanan, Arun dan Xavier. M.J. 2012. *Determinants of Customers Online Purchase Intention : an Empirical Study in India. Journal of Indian Business Research* Vol. 5 No. 1, 2013 pp.17-32 Emerald Group Publishing Limited.