

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Adi Sukma. 2018. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Social Networking Websites. *Jurnal Pemasaran*. Vol 1 No 2 Hal 1-22
- Aditya Gusrah Arsyalan, 2019, Pengaruh Electronic Word Of Mouth (ewom) Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Oleh Masyarakat Bandung, *Jurnal eProceedings of Management* Vol. 6 No. 3, hal. 5567-5583.
- Afiah, N. 2018. Pengaruh Keamanan, Reputasi dan Pengalaman Terhadap Trust Pengguna Internet Untuk Bertransaksi Secara Online. *JEKPEND: Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, Vol 1, No 2 : 58-65.
- Agmeka, F., Wathoni, R. N., & Santoso, A. S. 2019. The Influence of Discount Framing towards Brand Reputation and Brand Image on Purchase Intention and Actual Behaviour in e-commerce. *Procedia Computer Science*, Vol 16 No 1 Hal 851-858.
- Aisyah, D., & Engriani, Y. 2020. Pengaruh Reputasi, Kualitas Informasi, dan Ewom terhadap Keputusan pembelian pada Website Jual Beli Online Tokopedia yang Dimediasi oleh Kepercayaan. *Jurnal Ekonomi*. Vol 12 no 1. Hal 23-43
- Anggraeni, P., dan Madiawati, P. N. 2018. Pengaruh kepercayaan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara online pada website www.Traveloka.com. *E-Proceeding Of Management*. Vol. 3, No. 2 : 1880-1887.
- Anwar, R. N., & Afifah, A. 2018. Kepercayaan dan Keamanan Konsumen terhadap Keputusan pembeliandi website Online (Studi Kasus pengunjung website Shopee di Jakarta Timur). *Jurnal Manajemen*, Vol 9, No 1 : 46-57.
- Arief Rakhman Kurniawan. 2018. *Dasar-Dasar Marketin; Segala Hal Tentang Marketing & Sales*. Yogyakarta. Quadrant.
- Chen & Phillon, 2013, *Interpreting Dimensions of Consumer Trust in e-Commerce, Information Technology dan Management*, 4,.
- Cyntia Sari, R. 2020. Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, dan Kinerja Operasional Terhadap Keputusan pembelian Pelanggan Shopee. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, Vol 2, No. 4: 897-905.

- Deborah, W. 2019. Pengaruh Persepsi Kemudahan Berbelanja, Reputasi Website, Dan *Digital marketing* Terhadap Keputusan pembelian *Online*: Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol 3, No 1 : 102-108
- Dedi, Rahmi, dan Aditya S., 2018. Pemanfaatan *Digital marketing* bagi Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *JPMM* Vol.1 Np.1:43-57
- Eyal, Nir. 2016. *Hooked : Bagaimana aplikasi membentuk kebiasaan kita*. Jakarta: Penerbit KPG
- Fandy Tjiptono. 2016. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Fatihudin, Didin dan Anang Firmansyah. 2019. *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Febriani, Nufian S., & Wayan Weda A.S. 2019. *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Malang : UB Press
- Felicia, J., & Oktavia, M. 2018. pengaruh *digital marketing* terhadap kepercayaan pelanggan dalam menentukan minat pembelian ulang pada traveloka. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, Vol 6, No 2 : 117-119
- Ferdinand, Augusty. 2016. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Furkonudin, F., Suryadi, E., & Darmanto, D. 2018. Evaluasi Kualitas Layanan Website E-commerce Blibli. com Menggunakan Metode WebQual 4.0 Terhadap Keputusan Pembelian *Online*. *SEMNASTEKNOMEDIA ONLINE*, Vol 4, No.1: 2-3.
- Ghozali, 2016. *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP , Semarang.
- Ghozali, Imam. 2017. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos 24 Update Bayesian SEM*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gregg, Dawn G dan Walczak, Steven. 2018. The relationship between website quality, trust and price premiums at *online* auctions. *Journal Electron Commer Res*, Vol 10 No 3 , pp : 1-25
- Hair, dkk. 2014. *Multivariate Data Analysis Pearson International Edition Edition 6*. New Jersey

- Hair, Joseph F, *et.al* 2016. *Premier on Partial Least Square Structural Equational Modelling*. California.
- Hanifah, N., & Rahadi, D. R. 2020. analisis perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian secara *online* pada masa pandemi covid-19. *SULTANIST: Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol 8, No. 2: 112-122.
- Harahap, Dedy Ansari, Dita Amanah. 2018. Perilaku Belanja *Online* Di Indonesia: Studi Kasus. *Jurnal Risaet Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol 9, No.2: 193-213.
- Hasanov, J., & Khalid, H. 2018. The impact of website quality on *online* purchase intention of organic food in Malaysia: A WebQual model approach. *Procedia Computer Science*, Vol 72, No 6 : 382-389.
- Japarianto, E., & Adelia, S. 2020. pengaruh tampilan web dan E-WOM terhadap keputusan pembelian dengan kepercayaan sebagai intervening variable pada e-commerce shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol 14, No 1, 35-43.
- Jayanti, R. D. 2018. Pengaruh E-WOM dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* (Studi Kasus Pada Harapan Maulina Hijab Jombang). *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, Vol 10, No 1 :13-27
- Jeonga., & Soo Cheong (Shawn) Jang. 2018. *Restaurant experiences triggering positive electronic word of mouth (eWOM) motivations*. California.
- Julianti, Lu Ni. 2018. Pengaruh suasana toko (store atmosphere) terhadap keputusan pembelian konsumen pada toserba nusa permai di kecamatan nusa padina. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. Volume 4 : No: 1 Hal 1-15
- Karimah, R. U. 2018. Pengaruh Reputasi Toko Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan pembelian *Online* Pada Website Shopee. Co. Id Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Mahasiswa STIE Putra Bangsa Kebumen). *Jurnal STIE Putra Bangsa Kebumen*.
- Kiswuryanto, R. P., & Ferdinand, A. T. 2018. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada toko *online* “fisheye outlet” semarang. *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 5, No. 4: 290-301
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane 2016. *Marketing Management (14th ed. Horizon Edition)*. New Jersey: Pearson Education, Inc
- Kotler, P. & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management*, Edition 14, England: Pearson Education.

- \_\_\_\_\_. 2013. *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip., & Gary, Amstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Erlangga
- Lamb dalam Bob Sabran, 2013, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga
- Leavy, P. 2018. *Research design: Quantitative, qualitative, mixed methods, arts-based, and community-based participatory research approaches*. Guilford Publications.
- Malau, Harman. 2018. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta
- Manu, C.D. 2018 Pengaruh *Digital marketing* Web Persepsian Dan Kontrol Perilaku Persepsian Terhadap Niat Dan Aktivitas Belanja *Online*: Resiko Persepsian Dan Kepercayaan Sebagai Mediasi. *Tesis Universitas Gajah Mada*, Yogyakarta.
- Nasution, M. D. T. P., Rossanty, Y., Ariffin, K. H. K., & Zaini, N. I. B. M. 2019. An empirical examination of the factors influencing consumer's purchase intention toward *online* shopping. *Journal of Business and Retail Management Research*, Vol 13, No 4 : 14-29
- Nga, Nguyen Thi Phi. 2018. Factors affecting on consumers' trust in shopping *online* for technology and electronic products. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, Vol 9, No 11 :23-33
- Ningtiyas, T. S. 2020. pengaruh persepsi harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepercayaan pada jasa pengiriman barang. *iqtishad EQUITY jurnal MANAJEMEN*, Vol 2, No 1 : 46-53
- Norhermaya, Y. Asteria. 2018. Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan untuk Meningkatkan Keputusan pembelian Ulang (Studi pada *Online Store* Shopee.co.id). *Journal of Management*. 5(3): 1-13
- Permana, A. I. 2020. Pengaruh Kualitas Website, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan pembelian Pelanggan di Website Belanja *Online* Bukalapak. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol 2 No.2 : 123-134
- Rosidah, C. 2019. Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna ATM Pasca Isu Cybercrime (Studi pada Nasabah BCA di Surabaya). *Jurnal Business and economics*, Vol 1 No 2 Hal 1-14

- Santoso, S. .2014. *Analisis SEM menggunakan AMOS*, Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Sari, A. A. R. P., & Yasa, N. N. K. 2019. the role of customer trust as a mediation on the effect of corporate images and price fairness to customer loyalty. *Economic Research*, Vol 3, No 8: 1-17.
- Schiffman, Leon G., and Leslie Lazar Kanuk. 2013. *Consumen Behavior*. 10E Boston: Pearson.
- Sfenrianto, S., Wijaya, T., & Wang, G. 2018. Assessing the Buyer Trust and Satisfaction Factors In the E-Marketplace. *E-Jurnal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, Vol 13, No.2 : 43-57.
- Solihat, A., Tampubolon, H. F., Rahmayani, R., & Trijumansyah, A. 2019. Analisis Kepercayaan dan *Digital marketing* pada Keputusan pembelian Produk E-Commerce Bukalapak. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, Vol. 1, No 2 : 72-81
- Sujana, K. C., & Suprpti, N. W. S. 2016. Peran kepercayaan dalam memediasi pengaruh *digital marketing* terhadap niat konsumen untuk berbelanja di website zalora. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, Vol. 5, No. 1 : 595-622
- Supranto dan Limakrisna, Nanda. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Suprpto, H. A. 2018. Pengaruh penetapan E-WOM dan e-commerce terhadap tingkat penjualan pada usaha jack donut di curug tanah baru depok. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, Vol 2, No 4: 345-354.
- Suryawardana, E., & Yani, T. E. 2018. Analisis Pengaruh Reputasi, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian pada Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) Di kota semarang. *J. DINAMIKA SOSBUD*, 17(2), Hal 12-19
- Suwatno dan Donni Juni Priansa. 2016. *Manajemen SDM dalam Organisasi Publik dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Tangmanee, Chatpong and Rawsena, Chayanin. 2018. Direct and indirect effects of perceived risk and website reputation on purchase intention: A mediating role of *online trust*. *International Journal of Research in Business and Social Science*, Vol 5, No 6: 1-11

Tasin, N. B. 2017. Factors influencing customer's trust in *online* shopping among executives in a bank. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, Vol 2, No 3 : 46-59.

Tika Pabundu. 2013. *Metode Penelitian Geografi*. Jakarta:PT Bumi Pustaka

Tjakraatmadja, A. T. N. 2019. Pengaruh Reputasi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian secara *Online* pada Produk Kosmetik di Instagram. *Agora*, Vol 7, No 1. Hal 12-19

Wijoyo, H., & Marpaung, S. L. 2020. The Influence Of Quality Information And Reputation Of Tix Id Application Toward The Interest Of Purchase Tickets *Online* In Xxi Cinema Ciputra Seraya Mall Pekanbaru City. *Jurnal Suluh Pendidikan*, Vol 8, No 2: 9-21.

\_\_\_\_\_, 2019. *Pedoman Penyusunan Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Universitas Muria Kudus