

## DAFTAR PUSTAKA

- Achadi, A., Mayla, S., Agus, P. 2021. Pengaruh Kualitas Website E-Commerce terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening Secara Online di Bukalapak.com. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, Vol. 21, No.3: 20-37.
- Ahmadi, F., Sunyoto & Ardiansari, A. 2018. Pengaruh Perdagangan Online Terhadap Perilaku Masyarakat Kota Semarang. *Riptek*. Vol. I2, No. 2:107-118
- Algiffary, M.A., dkk. 2020. Pengaruh Celebrity Endorser, Online Advertising dan Word of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen pada E-commerce Tokopedia. *Andalas Management Review*. Vol 4, No. 2: 16-31.
- Anggraeni K., Karmilasar. 2019. Penilaian Kepuasan Konsumen Muda terhadap Kualitas Layanan Situs Belanja Online. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*. Vol. 4, No. 4: 506-518
- Anggraeny, D.P.W., dan Andarini, Sonja. 2021. Pengaru Daya Tarik Iklan, E-Wom, Citra Perusahaan dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Konsumen di Situs Belanja Online TOKopedia. *Jurnal Revolusi Indonesia*. Vol 1. No. 10: 1038-1053.
- Ariszani, M., Suharyono & Kumadji, S., 2015. Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Kepercayaan Serta Dampaknya pada Minat Beli. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Volume 3, No.1: 1-6.
- Bavarsad, Belghis., Rahimi, Farajollah., Mennatyan, Mohammad Ali., (2013), "A Study of the Effects of Website's Perceived Features on the Intention to Use E- shopping," *World Applied Programming*, Vol. 3, Issue. 6: 252-263.
- Budiono & Koster, Wayan. 2013. *Teori dan Aplikasi Statistika dan Probabilitas*. Bandung. PT Remaja Rosda Karya.
- Cahyati, N.M.R.D., dan Mandala, K. 2019. Peran Kepercayaan dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Website E-commerce Terhadap Persepsi Risiko Konsumen E-commerce Shopee. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol 6, No. 2: 697-720
- Darmawan, D. & E. Grenier. 2021. Competitive Advantage and Service Marketing Mix, *Journal of Social Science Studies*, Vol.1, No.2: 75-80.
- Elpansyah, C., Sahidillah, N., Yuyu, S. R. 2019. Pengaruh Citra Perusahaan dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening pada Blibli.com. *Jurnal Sains Manajemen*, Vol.1, No.1: 1- 28.

- Ferdinand, A. 2018. *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gefen, D., Karahanna, E., and Straub, D.W. 2013. *Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model*. *MIS Quarterly*. Vol 27 No 1, hal 51-90.
- Hansen. 2016. *Marketing Management 3rd Edition*. Harlow: Pearson Education Limited
- Hariadi, R. D., Sulistiono. 2021. Pengaruh Kualitas Situs *Website*, Kepercayaan Konsumen dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli di Situs Jual Beli Online OLX. *JIKES: Jurnal Informatika Kesatuan*, Vol.1, No.1: 1-12.
- Kanaidi. 2018. Pengaruh Customer Value dan Corporate Image Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Paket Pos di Wilayah Pos Bandung Raya. *Competitive Majalah Ilmiah*, Vol 6 No.2: 1-10.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kurniawaty, Erlita. 2019. Pengaruh Citra Perusahaan dan Tarif Resmi terhadap Minat Beli yang berdampak pada Kepuasan Pelanggan di PT Asuransi Cigna Jakarta. *Jurnal KREATIF: Pemasaran, Sumberdaya Manusia dan Keuangan*. Vol. 5, No.1: 1-17.
- Muzammil, Abdul, Yunus, Mukhlis, & Darsono, Nurdasila. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Pt. Telkom Indonesia Di Banda Aceh Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen dan Inovasi*. Vol 8, No. 3:104-133
- Nugraha, Nicolas, A. & Fasochah. 2021. Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Produk dan Distribusi terhadap Minat Beli Konsumen CV. Jamben Store Semarang. *Dharma Ekonomi*. No. 53: 1-9
- Pamungkas, Satrio & Wahyu Hidayat. (2019). Pengaruh Tarif, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Penerbangan Citilink. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6: 201-210.
- Peelen, Ed dan Rob Beltman. 2013. *Customer Relationship Management*. United State: Pearson.

- Permana, A.I. 2020. Pengaruh Kualitas *Website*, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Minat Beli Pelanggan di Situs Belanja Online Bukalapak. *Jurnal Ekonomi Bisnis*. Vol 25. No. 2: 94-110
- Piarna, Rian. 2016. Pengaruh Kualitas *Website* terhadap Kepercayaan Pelanggan dalam Menentukan Keputusan Bertransaksi pada *E-commerce*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*. Vol. 1, No.2: 1-7.
- Program Studi Manajemen. 2021. *Pedoman Penyusunan Skripsi*. Kudus: Fakultas Ekonomi, Universitas Muria Kudus.
- Putri & Fenalosa. 2022. [Laporan] Perusahaan *E-commerce* Mana yang Paling Berpengaruh di Asia Tenggara pada Q1 2022. <https://iprice.co.id/trend/insights/laporan-perusahaan-e-commerce-mana-yang-paling-berpengaruh-di-asia-tenggara-pada-q1-2022/>
- Rosdiana, R., Haris, I.A., Suwena, K.R., 2019. Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Produk Pakaian secara Online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*. Vol 11. No.1:318-328.
- Salsyabila, S. R., Aditya R. P., Danang K. 2021. Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Pelanggan Shopee. *Jurnal Manajemen*, Vol.13, No.1: 1-13.
- Sari, A.A.R.P., dan Yasa, N.N.K. 2020. *Kepercayaan Pelanggan di antara Hubungan Citra Perusahaan dan Kewajaran Harga dengan Loyalitas Pelanggan Mapemall.com*. Klaten: Penerbit Lakeisha.
- Sari, S. K. 2021. Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Minat Konsumen (Evaluasi Penjualan Jasa Kamar Aston Karimun City hotel). *Jurnal Pemasaran*. Vol. 1. No. 1: 1-18
- Sinambela, E. A. 2022. Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepercayaan Studi pada Tokopedia. *Jurnal Baruna Horizon*. Vol 5. No. 1:17-25.
- Singh, H. 2018. *Marketing Management In Essentials of Management for Healthcare Professionals*. Surabaya: Pustaka Barkah.
- Solomon, Michael. R. 2015. *Consumer Behaviour: Buying, Having and Being*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Sugeng, 2018 "E - Commerce Sebagai Pendukung Pemasaran", Dosen Tetap STIKOM CKI (Sekolah Tinggi Ilmu Komputer Cipta Karya).

- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Cetakan ke-1. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Suharyati, E Sustiyatik, D Ruhamak, U Susilo, W Dede Gustiawan. 2021. Pengaruh Harga, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Pada Ud. Tri Jaya Rizki Abadi Di Kabupaten Kediri. *Jurnal Riset Bisnis dan Ekonomi*, Vol.2, No.1: 181-191.
- Sumarwan, Ujang. 2014. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Sutisna. (2014). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.
- Tania, A. E., dkk. 2022. Pengaruh Lokasi dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*. Vol 9. No. 1:75-84.
- Zalni Z., Abror. 2019. Pengaruh Reputasi, Word of Mouth dan Web Quality terhadap Kepercayaan Pelanggan Shopee di Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*, Vol.1, No.2: 25-33.
- \_\_\_\_\_. 2021. *Pedoman Penyusunan Skripsi*. Kudus: Fakultas Ekonomi, Universitas Muria Kudus.