

## Daftar Pustaka

- Adrian Gaelomi (2016), Pengaruh persepsi keamanan, kemudahan bertransaksi, kepercayaan terhadap toko dan pengalaman berbelanja terhadap minat beli secara online pada situs jual beli tokopedia. com. Diponegoro Journal of Management, 5(2), 134–148.
- Adrieta Kirana Putri Are (2019) Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Niat Beli Produk Di Shopee Indonesia. Dinamika Ekonomi Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol.12 No.2 September 2019
- Ananda dan Zulfia, (2018) Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Shop Tokopedia. Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP
- Annisa Fadila (2021) Pengaruh Kepercayaan, *Electronic Word Of Mouth* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Pada Shopee Di Pangkalan Brandan. JIM Manajemen: Manajerial Terapan, 1(November), 19–26.
- Ansari dan amanah (2017), Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, Dan Sikap Terhadap Niat Beli Kembali Di Situs Lazada. E-Jurnal Manajemen Unud
- Anwar, R., & Adidarma, W. (2016) Pengaruh Kepercayaan dan Risiko Pada Minat Beli Belanja Online. Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya, 14(2), 155-168.
- Colquitt (2018) *Organizational Behavior Improving Performance and Commitment in The Workplace, International Edition, McGraw-Hill, New York*
- Davis, Fred. D. 1989. Perceived usefulness, perceived ease of use and user acceptance of information technology. MIS Quarterly. 319 – 340.
- Davis et al (2019) *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. MIS Quartely. Vol.13*
- Faradisa (2016) Kepercayaan Pelanggan untuk Melakukan Online Shopping dan Dampaknya terhadap Minat Beli Ulang. Jurnal Ekonomi dan Bisnis.

- Francesca Di Virgilio (2017) *Consumer Behavior, Trust, and Electronic Word-of-Mouth Communication: Developing an Online Purchase Intention Model*. DOI: 10.4018/978-1-5225-2897
- Firdayulia 2021. “*Electronic Word Of Mouth (E-WoM) dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian di Restoran dan Kafe di Surabaya*”. Jurnal Manajemen Perhotelan, Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia. 218-230
- Firmansyah, M. Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Gerson (2013), mengukur kepuasan pelanggan, cetakan kedua, ppm undip semarang
- Ghozali (2018) Pengaruh kepercayaan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara online pada situs [www. traveloka. com](http://www.traveloka.com). EProceedings of Management
- Hamzah Meyar (2020) *The Impact Of Electronic Word Of Mouth On Consumers Purchasing Intention*. Jurnal Teknologi Informasi Teoritis dan Terapan
- Hariono (2018), Apakah Ewom (Electronic Word Of Mouth) Bisa Mengalahkan Wom (Word Of Mouth) Dalam Mempengaruhi Penjualan Produk Kuliner. Kompetensi, 12(1), 12–21.
- Jogiyanto (2016) Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO. Jurnal dan Publikasi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta Volume 03 Number 02 (September 2016)
- Junni Kalangi (2019) “Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Shampoo Clear”. Jurnal Administrasi Bisnis 8, No. 1 (2019), 46. Diakses pada 7 Februari 2019
- Kharisma Rizki H (2015) Pengaruh Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Minat dan Keputusan Pembelian Secara Online menghasilkan kesimpulan bahwa kemudahan. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 28 No. 1 November 2015

- Kotler dan Keller (2016) Manajemen Pemasaran. Edisi Mileinium. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia 2016
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2017). E-Comerse 2016 business, tecnology, sociey (12th ed.). England: Britis Library Cataloguint-in.
- Maskuri, Muh. Ali, dkk. 2019. Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Online. Jurnal Manajemen Kewirausahaan. Vol. 16, No. 2.
- Nadya Yunisya (2017) Pengaruh *Servicescape* Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Konsumen *Giggle Box Café & Resto Cihampelas Walk* Bandung). *Jurnal Computech & Bisnis*, Vol. 11, No 2, Desember 2017, 120-131
- Povlou (2014), Customer Loyalty in E-Commerce. Journal of the Association for Information Systems: Vol. 3: Iss. 1, Article 2
- Prasetyo Agus Nurrahmanto (2015) Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenikmatan Berbelanja, Pengealaman Berbelanja dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen pada Situs Jual Beli Online Bukalapak.com. Diponegoro *Journal of Management*, vol. 0, pp. 182-193, May. 2015
- Ratna Sari (2020) Pengaruh *Brand Image*, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Secara Online Di Jakarta (Studi Pada Situs Belanja Online Zalora). *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar* Volume 1, 2020 Hal. 727 – 738
- Sanusi, A. 2017. Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta:Salemba empat
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2008. Perilaku Konsumen. Jakarta: PT. Indeks
- Setiadi, Nugroho J. 2013. Perilaku Konsumen. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta
- Sujarweni, V. Wiratna. (2019) Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi. Yogyakarta:

Suliyanto (2018). Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi.

Yogyakarta: Andi Offset

Susilawati (2018), Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembeliann Secara Online Pada Situs Jual Beli Shopee. FEB Islam IAIN Surakarta.

Viranti Mustika Sari (2012) Pengaruh *Eletronic Word Of Mouth* (eWOM) Di *SocialMedia* Twitter Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Restoran Holycowsteak).

Jurnal Administrasi Niaga Universitas Indonesia 2012

Yazid (2005), Pemasaran Jasa, Konsep dan Implementasinya, Edisi ke-2,.

Yogyakarta.

Yusoff Murni (2011), Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif dan Penelitian

Gabungan. Jakarta : Kencana