

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurachman, Ujjianto. 2004. Analisis Faktor-Faktor yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 6, No. 1.
- Adhi, Satria Wicaksono. 2015. Pengaruh Merek dan Desain Terhadap Minat Beli Konsumen. *Universitas Negeri Semarang*, No. 1, Hal.14-15.
- Ahmad Farki, Imam Baihaqi, dan Berto Mulia Wibawa. 2016. Pengaruh Online Customer Review dan Rating terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada online Marketplace di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*, Vol. 5, No. 2, 2016. ISSN:2337-3539.
- Andi, 2003. *Promosi Efektif dengan WEB Edisi 1*. Yogyakarta: Andi.
- Bondan Satrio Kinasih, dan Albari. 2012. Pengaruh Persepsi Keamanan dan Privasi terhadap Kepuasan dan Kepercayaan konsumen online. *Jurnal Siasat Bisnis*, Vol. 16, No. 1, Januari 2012, Hal.25-38.
- Chung Hoon, Park dan Kim Young-Gul. 2006. The Effect of Information Satisfaction and Relational Benefit on Consumers Online Shopping Site Commitments. *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, Vol. 4, No. 1, Hal.70-90.
- Dan J. Kim, Donald L. Ferrin, dan H. Raghav Rao. 2008. A Trust-based Consumer Decision-making Model in Electronic Commerce: The Role of Trust, Perceived Risk, and Their Antecedents. *Decision Support Systems*, Vol. 44, Hal.544-564.
- Fachrizi Alwafi, dan Rizal Hari Magnadi. 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*, Vol. 5, No. 2, 2016, Hal.1-15. ISSN:2337-3792.

- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartono, Edward, Clyde W. Holsapple, Ki-Yoon Kim, Kwan-Sik Na dan James T. Simpson. 2014. Measuring Perceived Security in B2C Electronic Commerce Website Usage: A Respecification and Validation. *Decision Support Systems*, Vol. 62, Hal.11-21.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Hening-Thurau et al, 2004. Electronic Word of Mouth Via Consumer-Opinion Platforms: What Motivates Consumers to Articulate Themselves on The Internet?. *Journal of Interactive Marketing*, Vol. 18, No. 1, Hal.38-52.
- Hoo, C. I., dan Lee Y. L., 2007. The Development of an E-Travel Service Quality Scale. *Tourism Management*, Vol. 28, No. 6, Hal.1434-1449.
- Irawan, Handi, 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Jin dan Park. 2006. The Moderating Effect of Online Purchase Experience on the Evaluation of Online Store Attributes and the Subsequent Impact on Market Response Outcomes. *Advances in Consumer Research*, Vol. 33, Hal.203-211.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran: Edisi ke tiga belas, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Lackermair, G., Kailer, D., dan Kanmaz, K. 2013. Importance of Online Product Reviews. *Consumer's Perspective*, Vol. 1, No. 1, Hal.1-5.
- Latan, H., dan Ghozali, I., 2012. *Partial Least Square Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 2.0 M3*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Lee dan Shin. 2014. When do Consumers Buy Online Product Reviews? Effects of Review Quality, Product Type, and Reviewer' Photo. *Computers in Human Behavior*, No. 31, 2014, Hal.356-366.

- Lupiyoadi, Rambat dan A., Hamdani, 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- McKnight, D. Harrison *et al.* 2002. Developing and Validating Trust Measures for E-Commerce: An Integrative Typology. *Information System Research*, Vol. 13, Hal.334-359.
- McKnight, D. Harrison, dan Norman L. Chervany. 2002. What Trust Means in E-Commerce Customer Relationship: An Interdisciplinary Conceptual Typology. *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 6, No. 2, Hal.35-59.
- Monica, Adhelia Sutanto, dan Atik Aprianingsih. 2016. The Effect of Online Customer Review Toward Purchase Intention: A Study in Premium Cosmetic in Indonesia. *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science*, ISSN:2528-617X.
- Mowen, John dan Michael Minor, 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Nana Septi Nur Megawat. 2019. Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Minat Pembelian pada online shop (studi kasus: pelanggan online shop Lazada di Bandar Lampung). *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung*.
- Nurhatinah. 2018. Pengaruh Keamanan, Privasi, dan Reputasi terhadap Kepercayaan Konsumen Online Shopping di Kota Padang. *EcoGen*, Vol. 1, No. 1, 5 Maret 2018.
- Ratna Maulida Rachmawati, Handri Dian Wahyudi, dan Afwan Hariri A.P. 2016. Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli melalui Persepsi Risiko pada transaksi jual beli online melalui media sosial (studi pada Mahasiswa Program Studi S1 Manajemen Angkatan 2014). *Jurnal Ekonomi Bisnis*, No. 2, Oktober 2016.

- Rosen, Emanuel, 2004. *Kiat Pemasaran dari Mulut ke Mulut*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Salisbury, W. David, Rodney A. Pearson, Allison W. Pearson, dan David W. Miller, 2001. Perceived Security and World Wide Web Purchase Intention. *Industrial Management + Data System*, Vol. 101, Hal.165-176.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah, 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Sarno, Riyanarto dan Irsyat Iffano, 2009. *Sistem Manajemen Keamanan Informasi*. Surabaya: ITS Press.
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk, 2008. *Perilaku Konsumen: Alih Bahasa Oleh Zoelkifli Kasip. Edisi ke tujuh*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Serly Puspita Dewi, 2020. Pengaruh Komunikasi Electronic Word of Mouth dan Security terhadap Buying Interest melalui Trust sebagai variabel Intervening pada Online Shop Shopee. *Jurnal Ekobis Dewantara*, Vol. 3, No. 1.
- Sernovitz. 2012. *Word of Mouth Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora, Bilson, 2001. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna dan Teddy Pawitra, 2001. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Swastha, Basu dan Irawan, 2000. *Menejemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Tjiptono, Fandy, 2000. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2012. *Pemasaran Strategik edisi 2*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2018. *Service, Quality & Satisfaction Edisi ke Empat*. Yogyakarta: Andi.

- Tsang, A. S., dan Prendergast, G. 2009. Is a “Star” Worth a Thousand Words? The Interplay Between Product-Review Texts and Rating Valences. *European Journal of Marketing*, Vol. 43, Hal.1269-1280.
- Umar, Husein, 2013. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Yofina Mulyati dan Grace Gesitera, 2020. Pengaruh Online Customer Review terhadap Purchase Intention dengan Trust sebagai Intervening pada Toko Online Bukalapak di Kota Padang. *Jurnal Maksipreneur*, Vol. 9, No. 2, Hal.173-194.
- Zeithaml, Parasuraman, and Malhotra, 2005. E-S-QUAL: A Multiple-item Scale for Assessing Electronic Service Quality. *Journal of Service Research*, Vol. 7, No. 3, Hal.213-233.
- Zhao et al., 2015. The Influence of Online Reviews to Online Hotel Booking Intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 27, No. 6, Hal.1343-1364.
- <https://www.katada.co.id/> yang diakses pada 28 Oktober 2019
- <https://www.hitekno.com/> yang diakses pada 20 Desember 2019
- <https://www.shopee.co.id/> yang diakses pada 15 Juli 2020
- <https://www.m.kumparan.com/> yang diakses pada 25 Agustus 2020
- <https://www.ekrut.com/> yang diakses pada 26 Agustus 2020
- <https://www.upnyk.ac.id/> yang diakses pada 21 Oktober 2020