

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, Muhammad Faiz dan Kholifatul Khusna.2020. *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Website, dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Konsumen pada Tokopedia.com*.Journal of Multidisciplinary Studies.Vol. 4, No. 1. ISSN: 2579-9711.
- Apjii.or.id. 2020. *Laporan Survei Intenet APJII 2019-2020 (Q2)*.<https://apjii.or.id/survei>
- Assael H. 2004. *Consumers Behavior and Marketing Action*, Edisi 3. Cincinatti, OH: South Western Collage Publising.
- Ayuningtyas Kartika dan Hendra Gunawan. 2018. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam*, Vol. 2, No. 1, ISSN: 2548-9909, hal 152-165.
- Ba, S. dan Pavlou P. A. 2002. “*Evidence of the Effect of Trust Building Technology in Electronic Markets: Price Premiums and Buyer Behavior*”. MIS Quarterly, Vol. 26, No. 3
- Bavarsad, Belghis, Farajollah Rahimi, dan Mohammad Ali Mennatyan. 2013. *A Study of the Effects of Website’s Perceived Features on the Intention to Use Eshopping*. *World Applied Programming*, 3 (6), 252-263.
- C. Laudon, Kenneth& P. Laudon, Jane. 2014. *Management Information Systems*. Edisi 13. Pearson Education Limited.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Furi, Ratna. 2019. *Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan, dan Pengalaman Berbelanja terhadap Minat Beli Online pada Situs Jual Beli Shopee*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univesitas Islam Malang.
- Ghozali, Imam, 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Harris, L. C. dan Goode, M. H. 2010.*Online Servicecapes, Trust, and Purchase Intention*.Journal of Service Marketing.Vol 24 No. 3.
- Harsino & Tri Pujadi. 2009. *E-business dan E-commece sebagai Trend Taktik Baru Perusahaan*. CommIT Vol.3 No.2 hal 66-69.

- Iprice.co.id. 2020. Platform Pembandingan Toko Online (E-Commerce). <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Kinney, Thomas C, Dan Taylor, James R., 1995. Riset Pemasaran, Edisi Tiga, Jakarta: Erlangga.
- Kompas.com. 2020. Harbolnas 11.11, Ini Promo yang Ditawarkan Lazada, Shopee, dan Bukalapak <https://money.kompas.com/read/2020/11/11/063217126/harbolnas-1111-ini-promo-yang-ditawarkan-lazada-shopee-dan-bukalapak>.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2018. *Principle of Marketing*. 17e Global Edition. Pearson Education Limited, New York.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2016. *Marketing Management*. 6e Global Edition. Pearson Education Limited, New York.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2015. Manajemen Pemasaran Jilid II Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Law, Rob and Bai, Billy. 2008. *How do the preferences of online buyers and browsers differ on the design and content of travel websites*. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 20(4), 388-400.
- Lesmana, Agus. 2019. *Pengaruh Trust, Perceived Reputation dan Keamanan Terhadap Minat Beli Online*. Jurnal Ekonomak Vol V, No. 1, April.
- Marko Tatang dan Mudiantono., 2017. *The impact of website design quality, service quality, and enjoyment on repurchase intention through satisfaction and trust at Zalora*, Volume 6, Nomor 4, 1-11
- Mowen dan Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Nulufi, K., dan Murwatingsih. 2015. *Minat Beli sebagai Mediasi Pengaruh Brand Image dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Batik di Pekalongan*. Management Analysis Journal, vol.4(2), hal.129–141.
- Permana, Ade Indra. 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, ISSN: 2715-1662.
- Pramono, Rian & Augusty Tae Ferdinand. 2012. *Analisis Pengaruh Harga Kompetitif, Desain Produk, dan Layanan Purna Jual Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Semarang)*. Diponegoro Business Review Volume 1, Nomor 1 Tahun 2012, Halaman 1-9.

- Purnama, A, C, dan Widiyanto, I. 2012. *Studi tentang Minat Beli E-Toll Card di Kota Semarang*. Diponegoro Journal of Management. Vol.1, No. 2, hh: 300-310.
- Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Salman et al. 2020. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Lazada*. Vol. 9, No. 2, ISSN: 2302-7150.
- Schiffman, L & Kanuk L.L. 2008. *Perilaku Konsumen Edisi 7*, Jakarta: Indeks.
- Selular.id. 2020. *Catat Promo Dahsyat Tiga Hari di Lazada 12.12 Garbolnas*. <https://selular.id/2020/12/catat-ini-promo-dahsyat-tiga-hari-di-lazada-12-12-garbolnas/>.
- Shahnaz, N.B.F., dan Wahyono. 2016. *Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Toko Online*. Management Analysis Journal., Desember 2016, hal.389-399.
- SimilarWeb. 2020. <https://www.similarweb.com/website/lazada.co.id/>, <https://www.similarweb.com/website/tokopedia.com/>, https://www.similarweb.com/website/shopee.co.id, <https://www.similarweb.com/website/bukalapak.com/>
- Solihin, Dede. 2020. *Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*. Vol. 4, No. 1.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Supriyono. 2010. *Kepercayaan dan Minat Beli di Sub Forum Jual Beli www.kaskus.us*. Jurnal Riset Ekonomi & Bisnis Vol. 10, No. 2, September.
- Susanto, AB. 1997. *Gerbang Pemasaran*. Jakarta: Gramedia.
- Suyanto, M. 2003. *Strategi Periklanan Pada E-commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4 .Cetakan. ANDI OFFSET, Yogyakarta.
- Widhiani, Asterina dan Idris. 2018. *Pengaruh Promosi, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Beli di Situs Bukalapak*. Diponegoro Journal of Management. Vol. 7, No. 2. ISSN: 2337-379