

## DAFTAR PUSTAKA

- APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) (2018). Survey Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia. Di akses pada tanggal 13 Febuari 2020. <https://apjii.or.id/survei>
- Adji, J., Samuel, H., 2014, “Pengaruh Satisfaction dan Trust Terhadap Minat Beli Konsumen (Purchase Intention) di Starbucks The Square Surabaya”, *Jurnal Manajemen Petra*, 2(1), Surabaya.
- Ahmad, B. S. P., 2014, “Pengaruh Persepsi Manfaat Persepsi Kemudahan Keamanan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking Studi pada Program Layanan I-Banking BRI”, *Jurnal Studi Manajemen*, 8(1).
- Amijaya, G. R., 2010, “Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi Kemudahan Resiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet Banking Studi Pada Nasabah Bank BCA”, *Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro*, Semarang.
- Armstrong, Kotler 2015, “Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition”, England: Pearson Education, Inc
- Assegaff, S., 2015, “Pengaruh Trust (Kepercayaan) dan Online Shopping Experiences (Pengalaman Berbelanja Online) terhadap Perilaku Konsumen dalam Berbelanja Online: Perspektif Konsumen di Indonesia”, *Program Magister Sistem Informasi STIKOM Dinamika Bangsa*, 13(3): 463-473, Jambi.
- Bahrudin, M., dan Zuhro, S. (2016). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 3(1), 1-17.
- Davis, F. D., 1989, “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology”, *MIS Quarterly*, 13(3).
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., Miniard, P. W., 2001, *Perilaku Konsumen*, Binapura Aksara, Jakarta.
- Fachrizi, A., Rizal, M., 2016, “Pengaruh Persepsi, Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Terhadap Toko Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Tokopedia.com”, *Diponegoro Journal of Management*, 5: 1-15, Semarang.
- Forsythe, S., Shi, B., 2003, “Consumer Patronage and Risk Perceptions in Internet Shopping”, *Journal of Business Research*, 56(11): 867-875.

- Furi, R., Nur, H., Siti, A., 2020, "Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan dan Pengalaman Berbelanja terhadap Minat Beli Ulang pada Situs Jual Beli Shopee", *e-Journal Riset Manajemen*, 9(2): 96-109, Malang.
- Gentile, C., Spiller, N., Noci, G., 2007, "How to sustain the customer experience: An overview of experience components that co-create value with the customer", *European Management Journal*, 25(5): 395-410, Europa.
- Ghozali, I., 2018, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Harahap, D. A., Amanah, D., 2018, *Pengantar Manajemen*, Researchgate.
- Hsiao, K. L., Lin, J. C. C., Wang, X. Y., Lu, H. P., Yu, H., 2010, "Antecedents and Consequences of Trust in Online Product Recommendations", *Online Information Review*.
- Hennig-Thurau, T. and U., Hansen, 2002. "Relationship Marketing: Some Reflections on the State-of-the-art of the Relational Concept." In T. Henning -Thurau and U. Hansen (eds). *Relationship Marketing: Gaining Competitive Advantage Through Customer Satisfaction and Customer*.
- Indika, D., Jovita, C., 2017, "Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen", *Universitas Padjajaran*, Bandung.
- Indri, H. L., 2017, "Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Beli Konsumen Di Pamella Empat Yogyakarta", *Jurnal Manajemen*, 4(2), Yogyakarta.
- Irmadhani, 2012, "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Computer Self Efficacy Terhadap Penggunaan E-banking pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Yogyakarta", *Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Yogyakarta*, Yogyakarta.
- Jogiyanto, H., 2007, *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman*, BPFE, Yogyakarta.
- Kotler, P., 2009, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 1-2, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., Keller, K. L., 2014, *Manajemen Pemasaran*, 1(12), Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., Bowen, J., dan Makens, J. C. (2016). *Marketing for Hospitality and Tourism* (6th ed.). Pearson Education Limited. London.
- Kusuma, H., dan Susilowati, D. 2007. "Determinan Pengadopsian Layanan

Internet Banking: Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa

Yogyakarta”. JAAI Vol. 11, No. 2, pp. 125-139.

Kurniasari, N., Ernawati, N. (2012). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Laundry Kencling Semarang. *Jurnal Mahasiswa Q-Man*, Vol. I, No. 3, Hal: 57 - 68.

Kotler dan Keller. (2009) *Manajemen pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Erlangga: Jakarta.

McKnight, Harrison, D., Chervany, N. L., 2001, “What Trust Means in E-Commerce Customer Relationships: An Interdisciplinary Conceptual Typology”, *International Journal of Electronic Commerce*, 6(2): 35-59, France.

Meyer, Schwager, 2007, “Understanding customer experience”, *Harvard Business Review*, 1-12, USA.

Monsuwe, T. P., Dellaert, B. G. C., Ruyter, K. D., 2004, “What drives consumers to shop online? A Literature Review”, *International Journal of Service Industry Management*, 15: 102-121.

Mowen, J. C., Minor, M., 2012, *Perilaku Konsumen*, Erlangga, Jakarta.

Mulyana, F. Y., 2016, “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Toko Online (Studi pada Toko Online) OLX.co.id”, *Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*, Yogyakarta.

Mowen, John C dan Minor, Micheal. (2012). *Perilaku Konsumen* dialih bahasakan oleh Dwi Kartika Yahya. Jakarta: Erlangga.

Mohamad Rizan. (2015) The relationship between customer satisfaction and security toward trust and its impact on repurchase intention. *Journal Faculty of Economics State University of Jakarta*. Vol 6, No. 2.

Nasution, M. F. R., Yasin, H., “Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia SEI MENCIRIM Medan”, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 14(2): 135-143, Medan.

Nurrahmanto, A. P., 2015, “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenikmatan Berbelanja, Pengalaman Berbelanja dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen Di Situs Jual Beli Online Bukalapak.com”, *Diponegoro Journal Of Management*, Semarang.

Opiida. (2014) Pengertian E-marketplace. Retrieved from <https://tokohalista.wordpress.com>.

- Park, C. H., Kim, Y. G., 2006, "The Effect of Information Satisfaction and Relational Benefit on Consumers Online Site Commitments", *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, 4 (1): 70-90.
- Prathama, Frengky dan Sahetapy, W. L. (2019). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen E-Commerce Lazada. *Agora*, 7(1).
- Rahmawati, Siti Annisa. 2013. Antecedent Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Online Purchasing). Skripsi Dipublikasikan. Universitas Diponegoro
- Raman, A., Viswanathan, A., 2011, "Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer", *Wireless Information Networks and Business Information System*.
- Sari, N. P., Widowati, R., 2014, "Hubungan Antara Kesadaran Merek, Kualitas Persepsian, Kepercayaan Merek dan Minat Beli Produk Hijau", *Jurnal Manajemen Bisnis*, 5(1): 59-79, Yogyakarta.
- Sarjita, 2020, "Pengaruh Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Go-jek di Daerah Istimewa Yogyakarta", *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 5(1): 76-92, Yogyakarta.
- Sekaran, U., 2017, *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan-Keahlian*, Salemba Empat, Jakarta.
- Semuel, H., Wijaya, E., 2007, "Corporate Image Pada Restoran Di Surabaya", *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 3(1): 35-54, Surabaya.
- Senjaya, V., 2013, "Pengaruh Customer Experience Quality terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty di Kafe Excelso Tunjungan Plaza Surabaya: Perspektif B2C", *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(1), Surabaya.
- Sugiarto, B. U., Hartono, Subagio, 2014, "Analisa Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Store Atmosphere terhadap Minat Beli di Dream of Khayangan Art Resto Surabaya", *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1): 1-14, Surabaya.
- Sugiyono, 2019, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D*, Alfabeta, Bandung.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen Di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Siagian, H., Cahyono, E. (2014). Analisis Website Quality, Trust dan Loyalty Pelanggan Online Shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol 8 No 2 Oktober 2014.
- Shin, J.I., Chung, K.H., Oh, J.S. and Lee, Ch.W. (2013), "The effect of site quality on repurchase intention in internet shopping through mediating variables: the case of university students in South Korea", *International Journal of Information Management*, Vol. 33 No. 3, pp. 453-463.
- Ulumiyah, L., Soesanto, H., Sugiono, 2016, "Analisis Pengaruh WOM Pengalam Berbelanja Online Persepsi kemudahan dan Persepsi resiko terhadap minat belanja Online melalui sikap belanja online", *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Semarang.
- Wijayanti, Y, D., Untoro, W., 2021, "Predictors of The Intention to Use the Internet for Purchasing", *Journal Ekonomia*, 12(2): 146-158, Sumatera Selatan.
- Wulandari, R., 2014, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen dan Dampaknya Terhadap Minat Loyalitas", *Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro*, Semarang.
- Yang, Z, Y., He, L. Y., 2011, "Goal, customer experience, and purchase intention in a retail context in China: An empirical study", *African Journal of Business Management*, 5(16): 6738-6746, Africa.
- Yoon, S. J., 2002, "The Antecedents and Consequences of Trust in Online Purchase Decisions", *Journal of Interactive Marketing*, 16(2): 47-63.