

DAFTAR REFERENSI

- Afandi, Pandi. 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep Dan Indikator)*. Riau: Zanafa Publishing.
- Ali Hasan, 2013, *Marketing, Cetakan Pertama*, Media Pressdindo Yogyakarta.
- Ali, Hapzi Dan Wangdra, Tonny. 2011. *Sistem Informasi Bisnis Si-Bis: Dalamprospektif Keunggulan Kompositif*. Jakarta: Praninta Offset.
- Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anwar, R. &. 2016. Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Pada Minat Beli Belanja Online. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 155-168.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Astuti, R., & Dewi, A. P. 2019. The Influence Of Consumer Reviews Prices And Online On Product Purchase Decisions In Fashion Category In Shopee (Case Study Of Faculty Of Economics And Business, University Of Muhammadiyah Sumatera Utara). *Journal Of International Conference Proceedings*. Vol. 2. No. 1. Hal:95.
- Bahrudin Dan Zuhro. 2015. Pengeruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*. Vol. 3, No. 1.
- Candra Ahmadi Dan Dadang Hermawan, 2013, *E-Bussiness & E-Commerce*. Yogyakarta : Andi.
- Chendradewi, R., & Khasanah, I. 2016. Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan Pelanggan, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Waroeng Steak & Shake Semarang Cabang Kelud). *Diponegoro Journal Of Management*, 5(4), 267-278.
- Dennis, L., Ramdhana, F., Faustine, C. E., & Hendijani, R. B. 2020. Influence Of Online Reviews And Ratings On The Purchase Intentions Of Gen Y Consumers: The Case Of Tokopedia. *International Journal Of Management*, 11(6).
- Djan, I., & Adawiyah, S. R. 2020. The Effect Of Convenience And Trust To Purchase Decision And Its Impact To Customer Satisfaction. *International Journal Of Business And Economics Research*, 9(4), 263.
- Fandy Tjiptono. 2014 *Pemasaran Jasa*. Gramedia

- Foster, Bob., & Sidharta, Iwan. 2019. Dasar-Dasar Manajemen. Yogyakarta: Diandra Kreatif.
- Ghozali, I. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I., Ratmono, D. 2017. Analisis Multivariat Dan Ekonometrika Dengan Eviews 10. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Greenberg, P. 2010. Customer Relationship Management As The Speed Of Light: Fourth Edition Mcgraw-Hill.
- Hariyanto Dicky, 2016. Rancang Bangun Sistem Informasi Pembelian Dan Penjualan Barang Berbasis Website. "Jurnal Dari Swabumi ", Issn : 2355-990, Vol. Lv No. 2 : 152-166.
- Iprice. 2020. *Peta0E-Commerce-Indonesia Kuartal II Tahun 2020*. Diunduh Tanggal 23 November 2020. www.Iprice.co.id
- Iprice. 2020. *Peta0E-Commerce-Indonesia Kuartal III Tahun 2020*. Diunduh Tanggal 23 November 2020. www.Iprice.co.id
- Kanitra, A. R., & Kusumawati, A. 2018. Pengaruh Country Of Origin Dan Online Consumer Review Terhadap Trust Dan Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 Dan 2016/2017 Tahun Akademik 2017/2018 Pembeli Produk Oppo Smartphon. Jurnal Administrasi Bisnis, 61(1), 64-73.
- Kenneth C. Laudon Dan Jane P. Laudon. 2014. Sistem Informasi Manajemen Mengelola Perusahaan Digital. Edisi 13. Jakarta: Salemba Empat
- Kompasiana. 2020. *Kebijakan Kesehatan Di Indonesia Terhadap Covid-19*. Diunduh Tanggal 20 November 2020. www.Kompasiana.com
- Kotler Philip Dan Kevin L. Keller. 2016. Marketing Management. Edisi Ke 15. Penerbit Pearson Education Limited 2016.
- Kotler Philip, Amstrong Gary. 2013. Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Ke-12. Penerbit Erlangga
- Kotler, P. And G. Armstrong. 2014. *Principles Of Marketing. 15th*. Boston : Pearson Education
- Kotler, Philip Dan Gary Armstrong. 2012. . Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

- Kusumawati, D., & Saifudin, S. 2020. Pengaruh Persepsi Harga Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Secara Online Saat Pandemi Covid-19 Pada Masyarakat Millenia Di Jawa Tengah. *Jab (Jurnal Akuntansi & Bisnis)*, 6(01).
- Laili Hidayati, N. U. R. 2018. Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Riviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 6(3).
- Laudon, H. C., & Traver, C. G. 2012. E-Commerce 2012 : Business. Technology. Society (Eight Edition). Kendallville: Person.
- Lee, S., Abdou Illia., Dan Lawson-Body, Assion. 2011. Perceived Price Of Dynamic Pricing. *Indutrial Management Dan Data Systems*. 111(4): 531-550.
- Liputan6. 2020. *Satgas: Jawa Barat Peringkat Pertama Kasus Aktif Covid-19*. Diunduh Tanggal 20 November 2020. www.Liputan6.com
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.
- Lutfie, H., & Marcelino, D. 2020. How Price Perception And Trust Affected Millenial Online Buying Interest During Covid-19 Pandemic In West Java. *Dinasti International Journal Of Education Management And Social Science*, 2(2), 288-298.
- Mulyati, Y., & Gesitera, G. 2020. Pengaruh Online Customer Review Terhadap Purchase Intention Dengan Trust Sebagai Intervening Pada Toko Online Bukalapak Di Kota Padang. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 173-194.
- Nugroho, Bunafit, 2013, Membuat Aplikasi Web Penjualan Pembelian Dengan Php, Mysql Dan Dreamweaver. Yogyakarta : Penerbit Pt.Alif Media.
- Peter, J.P Dan Jerry C.O. 2014. Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran (Edisi 9). Jakarta: Salemba Empat.
- Pradwita, R. B. R. P., Handoko, Y., & Rachmawati, I. K. 2020. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Pada Website Www. Laroslaptop. Com Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(2), 212-220.
- Robbins, Stephen P. And Mary Coulter. 2017. Manajemen, Jilid 1 Edisi 13, Alih Bahasa: Bob Sabran Dan Devri Bardani P, Erlangga, Jakarta.
- Rudiantara, Y., Muluk, K., & Suryadi, S. 2016. E-Learning Sebagai Penerapan E-Government Di Dunia Pendidikan (Studi Pada Universitas Brawijaya). *Wacana Journal Of Social And Humanity Studies*, 19(3).

- Rusman. 2012. Belajar Dan Pembelajaran Berbasis Komputer. Bandung: Alfabeta.
- Sangadji, Etta Mamang Dan Sopiah, 2013. Perilaku Konsumen, Cv.Andi Offset, Yogyakarta.
- Sastika, W. 2018. Analisis Kualitas Layanan Dengan Menggunakan E-Service Quality Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shoppe (Studi Kasus: Pelanggan Shopee Di Kota Bandung 2017). *Ikra-Ith Humaniora: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 69-74.
- Sitompul, S. S., & Mastono, M. 2017. Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Lazada. Co. Id Pada Mahasiswa Stie Pelita Indonesia. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(1), 81-95.
- Sudjatmika, F. V. 2017. Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia. Com. *Agora*, 5(1).
- Sugiyono, 2017, Metode Penelitian Bisnis. Alfabeta, Bandung.
- Sutanto, Monica Adhelia Dan Atik Aprianingsih. 2016. The Effect Of Online Consumer Review Toward Purchase Intention: A Study In Premium Cosmetic In Indonesia. *Journal International Conference On Ethics Of Business, Economics, And Social Science*.
- Swastha, Basu Dh. 2014. Azas-Azas Marketing. Yogyakarta : Liberty Yogyakarta.
- Traver, Carol Guercio, Laudon, Kenneth C. 2017. E-Commerce 2016: Business, Technology, Society . Harlow, England: Pearson.
- Turban, Efraim, Dkk. 2015. Electronic Commerce. Springer : New York. www.Apjii.or.id
- Virawati, E. (2020). Pengaruh Store Image, Online Customer Review Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening: Studi Pada Mahasiswa Uin Sunan Ampel Surabaya (Doctoral Dissertation, Uin Sunan Ampel Surabaya). *Jurnal Akuntansi*.