

DAFTAR REFERENSI

- Alwafi, dan Magnadi Rizal. 2016. *Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko dan Pengalaman Berbelanja Terhadap minat Beli Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia. Com*, Vol 5, No 2, 1-15, 2016.
- Andayani, Ni Luh Henny. 2017. *Manajemen Pemasaran pariwisata*. Yogyakarta: Penebit Graha Ilmu.
- Basrah Saidani dan Samsul Arifin. 2012. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Vol. 3, No. 1.
- Dyah Kusumawati, Saifudin 2020. *Pengaruh persepsi harga dan kepercayaan terhadap minat beli secara online saat pandemic covid 19 pada masyarakat milenial di jawa tengah*. Vol.6 No.01, 2020.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete dengan program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gu, J., Han, B., & Wang, J. 2020. Covid19: *Gastrointestinal Manifestations and Potential Fecal–Oral Transmission. Journal Gastroenterology*, 158(6), 1518-1519.
- Ilmiyah, dan Krishernawan, 2020 *Pengaruh ulasan Produk, kemudahan, kepercayaan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada market place shopee di Mojokerto*, Volume 6– No 1, Juni 2020
- Iswara, D. (2016). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pengguna Media Sosial Instagram di Kota Yogyakarta)*. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta
- Istanti, Fredianika 2017. *Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan Berbelanja dan E-Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online di Kota Surabaya*. Vol 4, No.01, 2017
- Kotler, dan Keller, 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta : Erlangga.
- Kotler Philip, Amstrong Gary. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12. Penerbit Erlangga.

- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2018. *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid1.
- Koufaris, M., Hampton-Sosa, W., (2004), *The development of initial trust in an online company by new customers*, *Information and Management*, January, (41:3), pp. 377-397
- Laksana, Fajar. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. 2. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2017. Buku.
- Lackermair, G., Kailer, D., & Kanmaz, K. (2013). *Importance of Online Product Reviews from a Consumer's Perspective*. *Advances in Economics and Business*, Vol 1(1), No 1-5.
- Lee, S. dan A. Illia dan A. Lawson-Body, (2011), *Perceived Price Fairness of Dynamic Pricing*, *Industrial Management and Data Systems*, 111(4): 531-550.
- Lucas, D. B., & Britt, S. H., 2012. *Measuring Advertising Effectiveness* McGrawHill, New York.
- Mahkota, Andi Putra., Imam Suyadi dan Riyadi. 2014. *Pengaruh Kepercayaan Dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Pelanggan Website Ride Inc)*”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 8(2) pp: 12-23
- Maskuri, dan kurniawan. 2019. *Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Online*, Vol 6– No 1, 2020, (Hlm 31-42)
- Nurul, M., Soewarno, N., & Isnalita, I. (2019). *Pengaruh Jumlah Pengunjung, Ulasan Produk, Reputasi Toko Dan Status Gold Badge pada Penjualan Dalam Tokopedia*. *E-Jurnal Akuntansi*, 1855-1865.
- Oppenheim, C. dan Ward, L. 2006. *Evaluation of web sites for B2C e-commerce*, *Aslib Proceedings: New Information Perspectives*. 58(3): pp. 237-260
- Papdi, 2020. *Update in diagnostic procedure and treatment in internal medicine: towards evidence based competency*, edisi XXXIII,
- Rosian Anwar dan Wijaya Adidarma, 2016. *Pengaruh Kepercayaan dan Risiko Terhadap Minat Beli Online*, *Management dan Bisnis Sriwijaya*, Vol.14 No.2

- Shahnaz, Nanda Bela Fidanty dan Wahyono. 2016. *Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli*, Vol.4 No.5 2016
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Sudjatmika, Fransiska. 2017. *Pengaruh harga, Ulasan Produk, Kemudahan, dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian secara online di Tokopedia.com*-Vol. 5, No. 1, 2017.
- Tang, T.W., & Chi, W.H. 2005. *The Role of Trust in Customer Online Shopping Behavior: Perspective of Technology Acceptance Model*. http://onemvweb.com/sources/sources/role_trust_online_shopping.pdf.
- Thamizhvanan, Arun and M.J. Xavier. 2012. "Determinants of customers' online purchase intention: an empirical study in India". Emeraldinsight. 4(1): pp.1755-1795.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, (2012), *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta. Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Cv. Andi.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/10/10/nilai-transaksi-digital-perdagangan-elektronik-indonesia-terbesar-di-asia-tenggara>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/09/berapa-pengguna-internet-di-indonesia>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/10/22/inilah-10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbesar>

<https://www.niagahoster.co.id/blog/produk-online-terlaris/>

<https://money.kompas.com/read/2020/01/09/165909226/ini-kategori-produk-yang-paling-dicari-di-e-commerce-2019>

www.lazada.co.id