

DAFTAR PUSTAKA

- Aan Komariah dan Djama'an Atori, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2016),
- Afifuddin dan Beni Ahmad, 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Pustaka Setia, 2012).
- Afifudin. 2013. *Konsultasi Praktis Pemasaran*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Ahmad Tamzah, 2017. *Metodologi Penelitian Praktis, Cet. 1*, (Yogyakarta: Teras,).
- Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015), 27).
- Al-Debei, Mutaz M; Akroush, Mamoun N; Ashouri, Mohamed Ibrahiem. 2015. "Consumer Attitudes Towards Online shopping: The Effects of Trust, Perceived Benefits, and Perceived Web Quality", *Internet Research, Vol. 25 No. 5*, pp. 707-733.
- Anggara, et.al. 2015. *Menyeimbangkan Hak: Tantangan Perlindungan Privasi dan Menjamin Akses Keterbukaan Informasi dan Data di Indonesia*. Jakarta: Institute for Criminal Justice Reform.
- APJII. 2017. *Infografis: Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia*
- Arif Kurniawan, Nurdin Brasit, Indrianty Sudirman. 2017. *Effect Analysis of Managerial Faktors, Environmental Faktors, Organizational Culture and Strategic Planning on Competitive Advantages PT Semen Tonas*
- Armash, H., H. Salarzahi, NM. Yaghoobi, A. Heydari and D. Nikbin.(2014). *The Effects of Security and Privacy Information on Trust and Trustworthiness and Loyaltyin Online Marketing in Malaysia*. *International Journal of Marketing Studies*.
- Aulia, Muhamad Zulvan. 2017. *Pengaruh E- Service Quality Terhadap Minat Pembelian Produk Busana Muslim Di Lazada Indonesia Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi. Yogyakarta: Program

Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia

- Ba, S. And Pavlou, P.A (2016). "Evidence of the effect of trust building technology in electronic markets: price premiums and buyer behavior". *MS Quarterly*, Vol. 26, No. 3, pp 243-268.
- Belanger et all. 2015. *Individual trust in online firms: Scale development and Initial Test* Joournal Management Information Sistem .
- Bunga Ayu Valiandri, "Pengaruh Strategi Dieferensiasi terhadap Keunggulan Bersaing di Rumah Cantik Sehat (RSCM) Gedong Kuning Yogyakarta", Skripsi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016, 14.)
- Chang, Shu-Hao; Chih, Wen-Hai; Liou, Dah-Kwei; Yang, Yu-Ting. 2016. "The Mediation of Cognitive Attitude for Online shopping", *Information Technology & People*, Vol. 29 Iss: 3, pp.618 – 646.
- Cheung in Keun, Lee Myung Moo . 2013 *A Study of Influencing Faktors for Repurchase intention in Internet Shopping Malls* . IEEE International Journal.0-7695-1926-1atau03. www.sciencedirect.com
- Chiu, Chao-Min. Hsu, Meng-Hsiang. Lai, Hsiangchu. Chang, Chun-Ming. (2012). Determinants of customer repurchase intention in online shopping. *Online Information Review*. 33(04), 761-784
- Daryanto. Dumadi, Sugiyanto dan Toni Sitinjak.(2013).Strategi Menaklukan Pasar: Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek.Jakarta:Gramedia.
- Dina Lathifa, "Meninjau Perkembangan UMKM di Indonesia, Bagaimana Kondisinya?" 13 November, 2017, <https://www.online.pajak.com/perkembanganumkm-di-indonesi>
- Dini Suci Ramadhani, "Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Konsumen Damarindo

- Digital Printing di Padang)”, Jurnal Penelitian, 8
- Djumhana. 2014. *Analisis Pasar Explaining Internet Behavior: Theory of reasoned Action, Theory of Planned Behavior, or Technology Acceptance Model?“. Applied Social Psychology*, Vol. 40, No. 05, 1172-1202.
- Fadilah, Zahrina. 2015. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko *Online* Lazada (studi kasus pada pelanggan Lazada di perkantoran *the plaza office tower* Jakarta). Skripsi Universitas Dharma Persada Jakarta.
- Flavia'n, C. and M. Guinali'u.(2016). Consumer Trust, Perceived Security and Privacy Policy Three Basic Elements of Loyalty to a Web Site. *Industrial Management & Data Sistems*. 106 (5).601-620.
- Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2017), 18.
- Gefen, D and Straubb, D.W (2014). *Consumer Trust in B2C e-commerce and The Importance of Social Presence: Experiments in e-Products and e-Services*. *Omega* 32 , 407 – 424.
- Gefen, D., Straub, D. W. (2014) Consumer trust in b2c e-commerce and the importance of social presence: experiments in e-products and e-services. *Omega 32: The International Journal of Management Science*, 407-424
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS, 21 Update PLS Regresi Edisi 7*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ha, Hong-Youl & Janda, Swinder. (2016). An empirical test of a proposed customer satisfaction model in e- services. *Journal of Service Marketing*, 22(5), 399-408
- Hasibuan, Malayu. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.<https://herosoftmedia.co.id>

Hendry Dwi Saputro, "Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan Toko Bangunan Indah Kiat Gemilang di Kudus", *Jurnal Penelitian Fakultas Ekonomi dan Bisnis Dian Nuswantoro*, 4 <https://databoks.katadata.co.id>
<https://databooks.katadata.co.id/datapublish/2020/01/02/inilahproye-si-jumlah-penduduk-indonesia-2020>

<https://www.detik.com/jabar/bisnis/d-6263710/kisah-berdirinya-mixue-berawal-dari-pinjaman-modal-sang-nenek>

Indrianto dan Supomo, 2012. Metode Penelitian. Bandung: Informatika.
iPrice, 2018, "Peta E-commerce Indonesia", *iPrice*, diakses dari
<https://iprice.co.id> padatanggal 10 Januari 2018

J. R. Raco, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Grafindo, 2017), 9.

J. R. Raco, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Grafindo, 2016),

Jaiz, M. 2014. *Dasar-dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Juolian, Ding. 2015, *e0commerce*, Law dan Practice, Bandung. Jakarta: Erlangga.

Kanaka (Diunggah 13 Mei 2022 pukul 06.49 WIB)

Kanaka (Training, Consulting & Outbound. Diunggah 13 Mei 2022 pukul 06.49 WIB) Kim, Young Hoon & Kim J. (2015). A study of online transaction self-efficacy, consumer trust, and uncertainty reduction in electronic commerce transaction. *The 38th Hawaii International Conference on Systems Sciences*

Kinasih, Bondan Satrio.(2012).Pengaruh Persepsi Keamanan dan Privasi Terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Online. *Jurnal Manajemen*. Vol.16,No.1, Januari 2012: 25-38.

Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2016 Prinsip-prinsip Pemasaran (Edisi Delapan). Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2016. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1.Jakarta: Erlangga.

- Kumar, Nirmalya., Scheer, Lisa K., Steenkamp, Jan-Benedict E. M. (2015). The effects of perceived interdependence on dealer attitudes. *Journal of Marketing Research*. 32(3). 348-356
- Lee, Gwo-Guang & Chen, Hsiu-Fen. 2014. Costumer perceptions of e-service quality in *online shopping*. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 33(2), 161-176
- Lee, Matthew K. O. & Turban, Efraim (2013) A trust model for consumer internet shopping. *International Journal of Electronic Commerce* 6(1), 75-91
- Lexy J. Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Rosdakarya Offset, 2014), 3.
- Lili Adi Wibowo dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 17-22.):
- Lupiyoadi, Hamdani. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- M. Arif Hakim dan Nur Faizah, “*Analisis Strategi Diferensiasi Citra perusahaan Dalam Pemasaran Sebagai Upaya Untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Pt. Ar Tour & Travel)*,” *Jurnal Bisnis*, Vol. 5, No. 2, 2017): 384
- M. Micheal Dan Achmad Fajri Febrian, “*Analisis Strategi Keunggulan Biaya, Diferensiasi, Dan Fokus Pada Industri Kuliner Morning Glory & CoEatery Bandung*,” (2017).
- Mayer, Roger C., Davis, James., Schoorman, F. David. (2015). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review* 20(3), 709-734
- McKnight, D. H Choudhury, and Kacmar, C. (2015). *Special Issue on Measuring e-commerce in Net-Enabled Organizations. Developing and Validating Trust Measures for e-commerce: An*

- Integrative Typology Information Systems Research*. 13:334-359
- Meskarani, Fatemeh, Ismail, Zuraini & Shanmugam, Bharani, (2013).
Online purchase intention: effects of trust and security perception. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*. 7(6).
- Micheal A. Hitt., dkk, *Manajemen Strategis: Daya Saing dan Globalisasi: Konsep*, (Jakarta: Salemba Empat, 2018), 168
- Moriarty, S. Mitchell, N., Wells, W. 2013. *Advertising*. Eight edition. Jakarta: Prenada Media Group.
- Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2015), 276
- Nawangsih, "Peranan Strategi Diferensiasi Produk Berbasis Creative Enteprenenur Untuk Meningkatkan Keunggulan Kopetitif Produk", (2016).
- Nicky Hanry Ronaldo Tampi, "Analisis Strategi Diferensiasi Produk, Diferensiasi Layanan Dan Diferensiasi Citra Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran (Studi Pada Pt. Telkomsel Grapari Manado)," *Jurnal EMBA*, Vol. 3, No. 4, (2015)
- Omega Wulan Wilar, Frederik G. Worang, Djurwaty Soepeno. 2017. Analisis strategi diferensiasi produk, kualitas layanan, dan citra merek terhadap keunggulan bersaing pada pt. Bank central asia, tbk. Kantor cabang utama manado
- Park, Chung-Hoon; Kim, Young-Gul. 2013. "Identifying Key Faktors Affecting Consumer Purchase Behavior in an Online shopping Context", *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 31 Iss 1, pp. 16 – 29.
- Pearce Robinson, *Manajemen Strategi Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian Jilid 1*, (Jakarta: Binrupa Aksara, 2014), 231.

- Philip Kotler., dkk, “*Manajemen Pemasaran: Sudut Pandang Asia*”, (Jakarta: PT. Indeks Kelompo Gramedia, 2014), 360-365):
- Raymondo Wengkau, dkk., “*Strategi Bersaing Rumah Makan Heni Putri Kaili*”, (2015).
- Reicheld & Schefter, 2014. Taking Trust Seriously in Privacy Law”. Stanford TechnologyLaw Review, Vol.19:431.
- Richards, N dan Hartzog, W. 2016. „Taking Trust Seriously in Privacy Law”. Stanford Technology Law Review, Vol.19:431.
- Riswandi, B, A., 2015. Aspek Hukum Internet. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Roca,J.C., et.al. 2017.“The Importance of Perceived Trust, Security and Privacy in Online Trading Systems”. Information Management and Computer Security, Vol.17, No.2, pp.96-113.
- Robbins, Stephen P. dan Coulter, Mary. 2015. *Manajemen (edisikesepuluh)*.Jakarta: Erlangga
- Septi, Mauludiyahwati. 2017. “Pengaruh Kepercayaan,Keamanan,Kualitas Pelayanan, Persepsi Resiko Menggunakan *E-commerce* Terhadap Keputusan Pembelian *Online*”. Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sofjan Assauri, *Management*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 11
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.
- Sumiyati. 2014, *E-commerce*. Jogjakarta: Garai Ilmu.
- Suyanto, P., (2013), Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol. 6, No. 3.
- Syafarudin, Agus. 2022. Strategi pengembangan usaha laut dalam membangun keunggulan bersaing (Studi Kasus pada PT. Anugrah Sinar Laut Abadi Kota Jambi)

Tedjo Tripomodan Udian, *Manajemen Strategi*, (Bandung: Rekayas Sains, 2018), 22-27Tjptono. Fandy. 2017. *Strategi Pemasaran*. Edisi kedua. Yogyakarta: Andi Vardiansyah, Dani. *Filsafat Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Jakarta 2016.

Wibowo Kuntjoroadi dan Nurul Safitri, “*Analisis Strategi Bersaing dalam Persaingan Usaha Penerbangan Komersial*”, *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Vol. 6, No. 1, (2017): 46-47.

Widyanta Kristina Purba. 2016. Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing dengan Inovasi Sebagai Variabel Mediasi. (Studi Pada UKM Kuliner di Kota Malang) www.apjiii.com, diunggah 10 Mei 2022, Pukul 10.00 WIB

Yousafzai, S.Y., et.al. 2013. „A Proposed Model of E-Trust for Electronic perusahaaning“. *Technovation*, 23, 847-860. Yousafzai, S.Y., et.al. 2014.

Yuni Istanto, “*Pengaruh Strategi Keunggulan Bersaing dan Positioning terhadap Kinerja (Survey pada Koperasi Serba Usaha di kabupaten Sleman Yogyakarta)*,”*Jurnal Ekonomi*, Vol. 8, No. 2, (2020): 125.)

