

DAFTAR PUSTAKA

- Alwafi, F., & Magnadi, R. H. (2016). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia.Com. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 5(2), 1-15.
- Abdelwahab, Arawimi, Aldukali, & Ali. (2015). Influence of Online Security, Protection, Website Credibility and Previous After Sales Experience on the Intention to Purchase Online. *European Journal of Business and Innovation Research*, 3(2), 1-10.
- Apriyani, N., & Suharti. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna Smartphone Xiaomi. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 1(1), 21 - 34.
- Arif, A. Z. (2017). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen di Pasar Pabean Surabaya. *Jurnal Ekonomi*.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Deshinta, H., & Suyanto, A. (2020). Efektifitas Promosi Online. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(1), 9-18.
- Ferdinand, A. T. (2011). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25, Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23, Edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanafi, M. (2015). *Konsep Dasar dan Perkembangan Teori Manajemen*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2011). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.

- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Prinsi-Prinsip Pemasaran, Edisi 14*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi ke tiga belas jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua Belas*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015:16). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Manajemen, Edisi 14*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip; Amstrong, Gary. (2012). *Principles of Marketing*. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane. (2015:16). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Manajemen, Edisi 14*. Jakarta: Erlangga.
- Lesmana, A. (2019). Pengaruh Trust, Perceived Reputation dan Keamanan Terhadap Minat Beli Online. *Jurnal Ekonomak*, 5(1), 90-101.
- Liwe, F. (2013). Kesadaran Merek, Keragaman Produk, dan Kualitas Produk Pengaruhnya Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Membeli di Kentucky Fried Chicken Manado. *Jurnal EMBA*, 2107-2116.
- Malau, H. (2016). *Manajemen Pemasaran Bandung*. Bandung: Alfabeta.
- Mubarok, D. A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Minat Beli Konsumen. *JURNAL INDONESIA MEMBANGUN*, 15(3), 61-76.
- Nurrahmanto, P. A., & Rahardja. (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*, 4(2), 1-12.

- Prathama, F., & Sahetapy, W. L. (2019). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen E-Commerce Lazada. *Agora*, 7(1).
- Raman, A., & Annamalai, V. (2011). Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer. *IJCA Special Issue on "Wireless Information Networks & Business Information System"*, 54-60.
- Rerung, R. R. (2018). *E-Commerce*. Yogyakarta: Deepublish.
- Rizky Nst, M. F., & Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *JURNAL MANAJEMEN & BISNIS*, 14(2), 135-143.
- Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank BRI Lamongan. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi*, 3(2), 699-711.
- Sarjita. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Online Pada Situs OLX. *JBMA*, 7(1), 69-82.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Subatri, T. (2012). *Konsep Sistem Informasi*. Yogyakarta: Offset Andi.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. Jember: CV. PUSTAKA ABADI.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian 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: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Suharyadi, & Purwanto, S. K. (2013). *Statistika untuk ekonomi dan keuangan modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sumarwan, U., & Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Sunyoto, D. (2011:145). *Praktik SPSS untuk*. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Suprihanto, J. (2014). *Manajemen*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Taan, H. (2021). Kemudahan Penggunaan dan Harga Terhadap Minat Beli Online Konsumen. *Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 8(1), 89-96.
- Tanu, K. (2020). Manfaat Pemasaran Media Sosial dan Kemudahan Akses Terhadap Minat Beli Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Pada Online Store Tokopedia dengan Populasi Masyarakat Kota Bandung. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 16(2), 86-105.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Anastasia, D. (2016). *Pemasaran, Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.

