

DAFTAR PUSTAKA

- Augusty, Ferdinand. 2006. Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Auliya, Z., Umam, M., & Prastiwi, S. (2017). Online Costumer Reviews (OTRs) dan Rating: Kekuatan Baru pada Pemasaran Online di Indonesia. *Jurnal EBBANK*, 8 (1), 92. <https://ebbank.stiebbank.ac.id/index.php/EBBANK/article/view/112>
- Elena, M. (2020). Transaksi E-Commerce Meningkatkan 79,38 Persen di Tengah Resesi Ekonomi. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20201109/9/1315333/transaksi-e-commerce-meningkat-7938-persen-di-tengah-resesi-ekonomi>, diakses pada 15 Maret 2021 pukul 20.00.
- Firmansyah, M.A. 2018. Perilaku Konsumen. Yogyakarta : Penerbit Deepublish.
- Harahap, D. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak USU (PAJUS) Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 7 (3), 232. https://www.researchgate.net/publication/314283848_Analisis_Faktor-Faktor_Yang_Mempengaruhi_Keputusan_Pembelian_Konsumen_Di_Pajak_USU_Pajus_Medan
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shoppe di Mojokerto. *Jurnal Manajemen Program Studi Manajemen STIE Sultan Agung*, 6, 32-33. <https://media.neliti.com/media/publications/314908-pengaruh-ulasan-produk-kemudahan-keperca-a6b33b06.pdf>
- Kamila, K., Suharyono, & Nuralam, I. (2019). Pengaruh Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 72, 203-204. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2855>
- Kartono, R., & Halilah, I. (2019). Pengaruh E-Trust Terhadap E-Loyalty. *Jurnal Polban*, 1206. <https://jurnal.polban.ac.id/proceeding/article/view/1463/1223>
- Kurniasari, P., & Priambada, S. (2018). Analisis Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan Aplikasi Transportasi Online Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 58 (2), 132. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/viewFile/2439/2835>
- 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*, 9, 178-179. <https://ejournal.up45.ac.id/index.php/maksipreneur/article/view/538>
- Nurrahman, I., & Utama, D. (2016). Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Business Management and Entrepreneurship Education*, 1, 56. <https://ejournal.upi.edu/index.php/JBME/article/download/2278/1579>

- Pratama, A., & Suputra, I. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 27, 939-940. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/view/45848>
- Rahayu, S., & Haryanto, J. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Majalah Media Asuransi. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1 (1), 67. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK/article/viewFile/674/549>
- Riadi, M. (2021). Kepercayaan Konsumen (Pengertian, Aspek, Jenis, Indikator dan Strategi). <https://www.kajianpustaka.com/2021/01/kepercayaan-konsumen-pengertian-aspek.html> diakses pada 14 Maret 2021 Jam 15.00 WIB
- Sudjatmika, F. (2017). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia.com. *Jurnal AGORA*, 5 (1), 3. <https://media.neliti.com/media/publications/54086-ID-pengaruh-harga-ulasan-produk-kemudahan-d.pdf>
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharman. (2019). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Aplikasi Online Start-Up Di Kota Medan. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 7, 262-263. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jrbm/article/view/23751>
- Suryana, P., & Muliastari, I. (2018). Harga dan Proses Terhadap Kepuasan Konsumen Kafe Instamie di Kota Bandung. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 11, 20-21. <https://journal.unpas.ac.id/index.php/jrbm/article/view/864>
- Tim APJII (2020). Survei Pengguna Internet APJII 2019-Q2 2020: Ada Kenaikan 25,5 Juta Pengguna Internet Baru di RI . *Buletin APJII Edisi 74*. <https://apjii.or.id/download/file/BULETINAPJIIEDISI74November2020.pdf>
- Veno, M., & Subagio, M. (2013). Analisa Pengaruh kepercayaan terhadap tenaga penjual (trust in employee), dan kepercayaan terhadap merek (trust in brand) terhadap niat beli (purchase intention) konsumen pada Bernini furniture di Surabaya, dan Semarang. *Jurnal Manajemen Pemasaran PETRA*, 1 (2), 4. <https://media.neliti.com/media/publications/131917-ID-analisa-pengaruh-kepercayaan-terhadap-te.pdf>