

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*” *Jurnal ekonomi dan bisnis*, Vol. 5 No. 2
- Apjii. (2018). Hasil survey penetrasi dan perilaku pengguna internet Indonesia 2018, form <https://apjii.or.id>
- Ferrinadewi, Erna, 2008, *Merek Dan Psikologi Konsumen*. Edisi pertama, Yogyakarta
- Ghozali, Imam, 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Edisi Ketujuh, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Hartini, S., Mardiyah, D. and Sukaris (2020) ‘A conceptual framework for relationship between symbolic risk consumption with electronic word of mouth’, *Opcion*, 36 (Special Edition 26), pp. 1282–1295.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran*, edisi 13, Erlangga, Jakarta
- Maharama A. R., Kholis, N. 2018.”*Pengaruh kepercayaan, kemudahan dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian jasa gojek di kota semarang yang dimediasi minat beli sebagai variabel intervening*” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 19 No. 2
- Mulyana Y., F. 2016. “*Pengaruh kepercayaan, persepsi risiko, dan keamanan terhadap minat beli konsumen pada toko online*”, (Skripsi) yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
- Nurrahmanto A., P. 2015 “*Pengaruh kemudahan penggunaan, kenikmatan berbelanja, pengalaman berbelanja dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli konsumen di situs jual beli online bukalapak.com.*” Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Pinem, Robetmi & Purbawati, Dinalestari & Srifitriani, Abditama & Wahyoedi, Soegeng & Sukaris,. (2019). Green Companies and the Millennial Generation as the Spearhead of the Environment. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*. 8. 106-115.
- Pranto & Limakrisna, 2011, *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*, edisi Kedua, Mitra Wacana Media, Jakarta

- Pratama F., Sahetapy W. L. 2019. “*pengaruh kemudahan penggunaan aplikasi dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli ulang konsumen e-commerce lazada*” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol.7 No.1
- Pratiwi, Y. N., Waediningsih, S. S., Sumaryo 2019. *Pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan harga terhadap keputusan pembelian melalui situs online store lazada*, *jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Vol. 19 No. 4
- Putu Agus Purnama Adi Putra, Putu Gde Sukaatmadja & G.A.K. Giantari 2016. *pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, terhadap*
- Riski Adi Perwira 2017, *Pengaruh kepercayaan, harga dan kemudahan terhadap minat beli konsumen pada toko online (study pada toko online OLX.co.id)*
- Rosdianan, R., Haris, I. A., Suwena, K. R. 2019. *Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap minat beli produk pakaian secara online*, *Jurnal pendidikan Ekonomi Undiksha*, Vol. 11 No.1
- Setiawan Yunit. 2019. “ *Pengaruh kepercayaan, dan kemudahan terhadap kemudahan pembelian secara online pada situs jual beli shopee*”. (Skripsi) Surakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Sitorus, S. D., & Mawardi M. K. 2019. *pengaruh persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli online*, *Jurnal Admnistrasi Bisnis*, Vol.73.No.1
- Simamora, Balson, 2008, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Edisi ke 3, penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Sugiyono, 2016, *Metode Penelitian Manajemen*, Alfabeta, Bandung
- Sukaris, S., Hartini, S. and Mardhiyah, D. (2019) ‘Increasing Electronic Word-of-Mouth Activities through Self-Congruity and Tourist Values’, *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 9(10), pp. 162–183.
- Suryani, Tatik, 2008, *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran* , Graha Ilmu, Edisi pertama Yogyakarta
- Suryani, Tatik, 2013, *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Edisi pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta
- Susenas. (2019). Preferensi belanja online menurut generasi 2019, form <https://lokadata.id>
- Utami, Christina Whidya, 2017, *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Oprasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*, edisi Ketiga, Salemba Empat, Jakarta.

Wicaksono S., A. 2015. “Pengaruh merk dan desain terhadap minat beli konsumen”. (Skripsi) Semarang : Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

