

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo
- Abd. Rohman. 2017. *Dasar Dasar Manajemen. Inteligencia, Media*. Malang
- Aditama, Roni Angger. 2020. *Pengantar Manajemen Teori dan Aplikasi*. Malang: AE Publishing.
- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2013. *Manajemen Pemasaran*. cet. II. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Ahmad, Subagyo 2010. *Marketing In Business*. edisi pertama, cetakan pertama. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Harman Malau. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Alfabeta.
- Hardiansyah. 2018. *Kualitas Pelayanan Publik: Konsep, Dimensi, Indikator, dan Implementasinya*. Yogyakarta: Gava Media.
- Hasibuan, Malayu Sp. 2012. *Manajemen SDM*. Edisi Revisi, Cetakan Ke Tigabelas. Jakarta : Bumi Aksara.
- Hasibuan, Malayu SP. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Cetakan keempatbelas, Jakarta ,Penerbit : Bumi Aksara.
- Hasibuan, Malayu. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Hasan. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS. Yogyakarta.
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Muhfizar, dkk. 2021. *Pengantar Manajemen (Teori dan Konsep)*. Bandung:Media Sains Indonesia.
- Philip Khotler, Hermawan Kertajaya & Iwan Setiawan. 2017. *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sarinah, & Mardalena. 2017. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepubli

- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy 2017. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Yogyakarta: Andi.
- Wong, Jony. 2013. *Internet Marketing for Beginners*. Elex Media Komputindo, Jakarta
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah, 2013, *Perilaku Konsumen*, C.V Andi Offset.

Jurnal :

- Apriadi, D., & Saputra, A. Y. 2017. “*E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian*”. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 1(2), 131 - 136. Diakses: 25 Desember 2022. Tersedia: <https://doi.org/10.29207/resti.v1i2.36>.
- Analita, N. S., & Wijaksana, T. I. 2020. *Analisis Perbandingan E-Service Quality dan E-Trust Aplikasi Link Aja Dengan Aplikasi DANA*. XIV(02), 97–109.
- Adi Stevan S. 2021. *Pengaruh E-Satisfaction & E-Trust Konsumen Hotel Terhadap Online Repurchase Intention Di Traveloka*. Program Manajemen Perhotelan, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia.
- Akbar, & Alam. (2020). Unraveling the Dynamic Nexus Between Trade Liberalization, Energy Consumption, CO2 Emissions, and Health Expenditure in Southeast Asian Countries. *Risk Management and Healthcare Policy*.
- Aziziz, R. S. (2020). Pengaruh Kemasan, Label Halal, Label Izin P-IRT Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UMKM Kerupuk Ikan. *Jurnal REKOMEN (Riset Ekonomi Manajemen)*, 3.
- Abid, D. L. (2019). Pengaruh Media Sosial, Modernitas, Dan Kualitas Layanan Online Terhadap Minat Beli. *J-Ceki*, 1.
- Bulut, Z. A. 2015. *Determinants of Repurchase intention in online shopping : A turkish consumer's perspective*. *International Journal of Business and Social Science*, 6(10).

- Fitriani, A. (2018). *Pengaruh E-Trust dan E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Dengan Esatisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna E-Commerce C2C Shopee)*.
- Corporate Governance : *Optimalisasi Pencapaian Tujuan Perusahaan*. Jurnal Binus Business Review, vol 5 (1) hal. 315-322.
- Chase, R.B., Jacobs F.R., & Aquilano, N. . 2006. *Operation Management for Competitive Advantage with Global Case*. Prentice Hall.
- Danang Sunyoto. 2013. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Evita Rahayu. 2018. “*Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Customer Satisfaction dan E-Customer Loyalty pada Toko Online Shopee (Studi Kasus pada Pengguna Toko Online Shopee)*”. Jakarta.
- Fauzi, Rahmat, Satrio, Wibowo, dan Dela, Youlina, Putri. 2018. “*Perancangan Aplikasi Marketplace Jasa Percetakan Berbasis Website*”. Fountain of Informatics Journal, Vol 3, Diakses: 25 Desember 2022. Tersedia: <http://dx.doi.org/10.21111/fij.v3i1.1824>
- Hanifati, U. M., & Samiono, B. E. 2018. *Analisis Pengaruh Website Quality dan EWOM Terhadap Purchase Decision Melalui Online Trust Pada Situs Tiket Travel dan Reservasi Hotel Online di Indonesia (Studi Kasus Pada Traveloka.com, Tiket.com dan PegiPegi.com)*. TRANSformasi, 11(9), 1689–1699.
- iPrice. (2020). The emerging spectrum of COVID-19 neurology: clinical, radiological and laboratory findings. *Brain*, 143(10).
- Kaabachi, S., Mrad, S. Ben, & Fiedler, A. 2020. *The moderating effect of e-bank structure on French consumers ' trust*. 38(2), 501–528.
- Kasih, O. L., Avriyanti, S., & Rahman, T. 2019. *Pengaruh E-Trust Terhadap E-Customer Loyalty Pengguna Website Traveloka di Kabupaten Tabalong*. 2(1), 194–206.
- Kartono, R. A., & Halilah, I. 2018. *Pengaruh E-Trust Terhadap E-Loyalty (Studi Pada Seller Di Bukalapak)*. Polban Irwns, 1(1), 1204–1213
- Kusumawati, I., Hartono, S., & Kustiyah, E. 2020. *Kemudahan, Kepercayaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Dompot Digital OVO di Surakarta*. 11(1), 19-29.
- KredivoBuynow,PayLater. (2020, Juli). PERILAKU KONSUMEN E-COMMERCE INDONESIA. *KatadataInsightCenter*.

- Margaretha Pink Berlianto. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan-E, Kepuasan-E, Dan Kepercayaan-E Terhadap Kesetiaan-E Pada Gojek*. Manajemen, Universitas Pelita Harapan.
- Moon, Y. J. 2017. *The tangibility and intangibility of e-service quality*. International Journal of Smart Home, 7(5), 91–102.
- Maulidiah, E. A. (2022). ANALISIS PEMBELIAN MAHASISWA PADA E-COMMERCE (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Pengguna E-Commerce di Universitas Jember). *repository.unej.ac.id*, 4.
- Nickels, W. G., McHugh, J., & McHugh, S. 2018. *Understanding Business 12 Edition*. McGraw-Hill Education.
- Prakosa, D., & Pradhanawati, A. 2020. *Pengaruh E-Trust dan E-Service Quality Terhadap Eloyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia di Kota Semarang)*. IX(Iv), 457–464.
- Prayitno. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Reputasi Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderasi*. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, Vol. 15, No. 3, hal 321-328.
- Prasetya, D. (2019). RANCANG BANGUN SISTEM ELEKTRONIK PENGENDALI LUMBUNG BUDI DAYA JAMUR BERBASIS MIKROKONTROLER. *eprints.ut.ac.id*.
- Riantono, Ignatius Edward. 2014. *Pengelolaan Manajemen Modern Dalam Mewujudkan Good*
- Raharjo. (2019). PENGUATAN STRATEGI PEMASARAN DAN DAYA SAING UMKM BERBASIS KEMITRAAN DESA WISATA. *Jakad Publishing book & Journal*.
- Susanto. 2018. “*Pengaruh e-Satisfaction & e-Trust Konsumen Hotel Terhadap Online Repurchase Intention di Traveloka*”. Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa, Vol 6, Diakses: 25 Desember 2022. Tersedia: <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/6403/0>.
- Wongso, D. A. 2020. *Analisa User Experience Terhadap Customer Loyalty Dengan Trust Sebagai Variabel Intervening Pada Aplikasi Ovo Digital Payment*. Jurnal Strategi Pemasaran, 7(1), 11.
- Yunda, Vivi S. 2020. *Pengaruh E-Satisfaction Dan E-Trust Terhadap E-Loyalty Konsumen Wanita Pada Online Marketplace Sociolla (Studi Pada Konsumen Sociolla di Kota Medan)*. Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara.

- Mutoharoh, U., Saryono, O., & Setiawan, I. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Inovasi Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus pada PT. Bahana Cahaya Sejati Cabang Ciamis). *Business Management And Entrepreneurship Journal*, 4(4), 36.
- Kader, M. A., & Setianingsih, W. (2018). PENERAPAN DIGITAL MARKETING MELALUI FANS PAGE UNTUK MENTARGET PASAR SASARAN PADA USAHA MIKRO DI DESA CICAPAR. *Ekonomologi Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Galuh Ciamis*, 5(1), 266.
- Zeithaml . (2022, September-Desember). PENGARUH KEPERCAYAAN, E-SERVICE QUALITY, DAN INFORMATION QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE. 2, 543.

Website :

- Ahdiat, Adi. 2022. *5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal IV 2022*. Tersedia: <https://tinyurl.com/2u7vu8ek>. [25 Desember 2022]
- Ahdiat, Adi. 2022. *Rata-rata Jumlah Pengunjung Situs Shopee per bulan (Kuartal I 2019 - Kuartal II 2022)*. Tersedia: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/21/ini-pertumbuhan-pengunjung-shopee-sampai-kuartal-ii-2022> [25 Desember 2022]
- Bayu, Dimas. 2022. *Laporan Survei Belanja Online 2022*. Tersedia: <https://dataindonesia.id/digital/detail/laporan-survei-belanja-online-2022>. [21 Maret 2023]
- Icube. 2021. *Ini Dia Tren Perilaku Belanja Online Pelanggan Di 2021*. Tersedia: <https://icubeonline.com/news-blog/perilaku-belanja-pelanggan-di-ecommerce-2021>. [21 Maret 2023]
- Shopee Careers. 2023. *Shopee Adalah Platform Belanja Online Terdepan di Asia Tenggara dan Taiwan*. Tersedia: <https://careers.shopee.co.id/about>. [25 Mei 2023]