

**PENGARUH *PRIOR ONLINE PURCHASE EXPERIENCE* DAN
ONLINE TRUST TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
ERIGO DI *OFFICIAL SHOP* ERIGO SHOPEE**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian
guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh

Oleh,

SRI JAOHARIAH FUJAWATI

3402180397



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH
2022**

ABSTRAK

Sri Jaohariah Fujawati, NIM. 3402180397. “Pengaruh *Prior Online Purchase Experience* dan *Online Trust* Terhadap Minat Beli Konsumen Erigo di *Official Shop Erigo*”. Dibawah bimbingan Dr. Hj. Aini Kusniawati., M.M. (Pembimbing I) dan Marlina Nur Lestari, S.E., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Prior Online Purchase Experience* dan *Online Trust* Terhadap Minat Beli Konsumen Erigo di *Official Shop Erigo* Shopee.

Permasalahan yang dihadapi pada penelitian ini meliputi: 1). Bagaimana pengaruh *prior online purchase experience* terhadap minat beli konsumen Erigo *Official Shop* Shopee? 2). Bagaimana pengaruh *online trust* terhadap minat beli konsumen Erigo *Official Shop* Shopee? ; 3). Bagaimana pengaruh *prior online purchase experience* dan *online trust* terhadap minat beli konsumen Erigo *Official Shop* Shopee?. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui 1). Pengaruh *prior online purchase experience* terhadap minat beli konsumen Erigo *Official Shop* Shopee; 2). Pengaruh *online trust* terhadap minat beli konsumen Erigo *Official Shop* Shopee; 3). Pengaruh *prior online purchase experience* dan *online trust* terhadap minat beli konsumen Erigo *Official Shop* Shopee.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan Analisis Regresi Linier Sederhana, Analisis Koefisien Korelasi Sederhana, Analisis Koefisien Korelasi Berganda, Analisis Regresi Linear Berganda, Analisis Koefisien Determinasi, dan Uji Hipotesis menggunakan Uji Signifikansi (Uji t dan Uji F).

Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa *prior online purchase experience* dan *online trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada Erigo *Official Shop* Shopee dengan besarnya pengaruh 41,90% dan sisanya 58,91% dipengaruhi faktor lain.

Diharapkan Erigo *Official Shop* Shopee mempertahankan dan memperhatikan *prior online purchase experience* dan *online trust* sehingga akan meningkatkan minat beli konsumen.

Kata kunci: *Prior Online Purchase Experience*, *Online Trust* dan Minat Beli Konsumen

DAFTAR ISI

COVER/HALAMAN MUKA

LEMBAR PENGESAHAN Error! Bookmark not defined.

ABSTRAK ii

DAFTAR ISI..... ii

DAFTAR TABEL.....iii

DAFTAR GAMBAR..... iv

DAFTAR LAMPIRAN 5

BAB I PENDAHULUAN Error! Bookmark not defined.

1.1 Latar Belakang Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah **Error! Bookmark not defined.**

1.2.1. Identifikasi Masalah..... **Error! Bookmark not defined.**

1.2.2. Rumusan Masalah..... **Error! Bookmark not defined.**

1.3. Tujuan Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**

1.4. Manfaat Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**

1.4.1. Manfaat Teoritis **Error! Bookmark not defined.**

1.4.2. Manfaat Praktis..... **Error! Bookmark not defined.**

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRANError! Bookmark not defined.

2.1 Kajian Pustaka..... **Error! Bookmark not defined.**

2.1.1. Ilmu Manajemen **Error! Bookmark not defined.**

2.1.1.1. Pengertian Manajemen **Error! Bookmark not defined.**

2.1.1.2. Tujuan Manajemen **Error! Bookmark not defined.**

2.1.1.3. Fungsi-Fungsi Manajemen **Error! Bookmark not defined.**

2.1.1.4. Bidang Pendekatan Manajemen.. **Error! Bookmark not defined.**

2.1.2.1. Pengertian Manajemen Pemasaran**Error! Bookmark not defined.**

2.1.2.2. Tujuan Manajemen Pemasaran... **Error! Bookmark not defined.**

2.1.2.3. Fungsi Manajemen Pemasaran ... **Error! Bookmark not defined.**

2.1.2.4. Strategi Manajemen Pemasaran.. **Error! Bookmark not defined.**

2.1.3. *Prior Online Purchase Experience* (Pengalaman Pembelian *Online* Sebelumnya) **Error! Bookmark not defined.**

2.1.3.1. Pengertian *Prior Online Purchase Experience***Error! Bookmark not defined.**

2.1.3.2. Dimensi Pengukuran *Prior Online Purchase Experience* .**Error! Bookmark not defined.**

2.1.2.3.	Indikator <i>Prior Online Purchase Experience</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.4.	<i>Online Trust</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.4.1.	Pengertian <i>Online Trust</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.3.2.	Dimensi Pegukuran <i>Online Trust</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.3.3.	Komponen <i>Online Trust</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.3.4.	Faktor – Faktor yang Mempengaruhi <i>Online Trust</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.3.5.	Indikator <i>Online Trust</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.5.	Minat Beli	Error! Bookmark not defined.
2.1.5.1.	Pengertian Minat Beli	Error! Bookmark not defined.
2.1.4.2.	Dimensi Pengukuran Minat Beli	Error! Bookmark not defined.
2.1.4.3.	<i>Factor</i> yang Mempengaruhi Minat Beli	Error! Bookmark not defined.
2.1.4.4.	Indikator Minat Beli	Error! Bookmark not defined.
2.1.6.	Penelitian Terdahulu yang Relevan	Error! Bookmark not defined.
2.2	Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
2.2.1.	Pengaruh <i>Prior Online Purchase Experience</i> Terhadap Minat Beli Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.2.2.	Pengaruh <i>Online Trust</i> Terhadap Minat Beli Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.2.3.	Pengaruh <i>Prior Online Purchase Experience</i> dan <i>Online Trust</i> terhadap Minat Beli Konsumen	Error! Bookmark not defined.
BAB III	METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1.	Metode Penelitian yang Digunakan	Error! Bookmark not defined.
3.2.	Definisi dan Operasionalisasi Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.2.1.	Definisi	Error! Bookmark not defined.
3.2.2.	Operasionalisasi Variabel/Parameter	Error! Bookmark not defined.
3.3.	Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.3.1.	Populasi	Error! Bookmark not defined.
3.3.2.	Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.4.	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.4.1.	Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
3.4.2.	Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.5.	Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.5.1.	Pengaruh <i>Prior Online Purchase Experience</i> Terhadap Minat Beli Konsumen	Error! Bookmark not defined.

3.5.2.	Pengaruh <i>Online Trust</i> Terhadap Minat Beli Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.1.	Pengaruh <i>Prior Online Purchase Experience</i> dan <i>Online Trust</i> Terhadap Minat Beli Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
3.6.	Tempat dan Waktu Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.6.1.	Tempat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.6.2.	Waktu Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		Error! Bookmark not defined.
4.1.	Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1.	Gambaran Umum Erigo <i>Official Shop</i>	Error! Bookmark not defined.
4.1.1.1.	Profil Singkat Erigo <i>Official Shop</i>	Error! Bookmark not defined.
4.1.1.2.	Produk Erigo	Error! Bookmark not defined.
4.1.1.3.	Visi dan Misi Erigo.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1.4.	Tata Nila Erigo.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1.5.	Prestasi dan Penghargaan Shopee	Error! Bookmark not defined.
4.1.1.6.	Logo Erigo	Error! Bookmark not defined.
4.1.2.	Gambaran Umum Fakultas Ekonomi Universitas Galuh.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.2.1.	Profil Fakultas Ekonomi Universitas Galuh	Error! Bookmark not defined.
4.1.2.2.	Visi dan Misi Fakultas Ekonomi Universitas Galuh	Error! Bookmark not defined.
4.1.2.3.	Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi Universitas Galuh ..	Error! Bookmark not defined.
4.1.3.	Karakteristik Responden	Error! Bookmark not defined.
4.1.4.	Deskripsi Variabel yang Diteliti.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.4.1.	Hasil Penelitian Deskripsi tentang <i>Prior Online Purchase Experience</i> pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh	Error! Bookmark not defined.
4.1.1.	Hasil Pengujian Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.1.1.1.	Pengaruh <i>Prior Online Purchase Experience</i> Terhadap Minat Beli Konsumen pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh 2018 di <i>Official Shop</i> Erigo di Shopee	Error! Bookmark not defined.
4.1.1.2.	Pengaruh <i>Online Trust</i> Terhadap Minat Beli Konsumen pada Mahasiswa Progra, Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh 2018 di <i>Official Shop</i> Erigo Shopee	117

4.1.1.3.	Pengaruh <i>Prior Online Purchase Experience</i> dan <i>Online Trust</i> terhadap Minat Beli pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh 2018 di <i>Official Shop</i> Erigo di Shopee	Error! Bookmark not defined.
4.2.	Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
4.2.1.	Pengaruh <i>Prior Online Purchase Experience</i> terhadap Minat Beli Konsumen pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh 2018 di <i>Official Shop</i> Erigo Shopee .	Error! Bookmark not defined.
4.2.2.	Pengaruh <i>Online Trust</i> terhadap Minat Beli Konsumen pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh 2018 di <i>Official Shop</i> Erigo Shopee.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.3.	Pengaruh <i>Prior Online Purchase Experience</i> dan <i>Online Trust</i> terhadap Minat Beli Konsumen pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh 2018 di <i>Official Shop</i> Erigo Shopee.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	Error! Bookmark not defined.
5.1.	Simpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2.	Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA		6
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....		Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand For Teens Index Fase 2.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 1.2 Omzet Erigo Tahun 2015-2020.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 1.3 Jenis Produk Erigo	Error! Bookmark not defined.
Tabel 1.4 10 <i>Brand Lokal</i> di <i>Marketplace</i> Shopee	Error! Bookmark not defined.
Tabel 1.5 Hasil Kuisisioner Pra-Survey Mengenai Minat Beli Konsumen pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Galuh Angkatan 2018	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.1 Bidang dan Pendekatan Manajemen.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.2 Data Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Tahun Angkatan 2018.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.3 Tingkat Koefisien Korelasi.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.4 Tingkat Koefisien Korelasi.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.5 Tingkat Koefisien Korelasi.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.6 Jadwal Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.1 Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Tahun Angkatan 2018	Error! Bookmark not defined.
Bookmark not defined.	
Tabel 4.2 Usia Responden.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.3 Jenis Kelamin Responden.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.4 Konsumen merasa nyaman berbelanja pada toko <i>online Official Shop</i> Erigo di Shopee karena harganya lebih murah dibanding pada toko <i>online</i> pesaing.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.5 Konsumen merasa nyaman berbelanja pada toko <i>online Official Shop</i> Erigo di Shopee karena karena harga yang ditawarkan lebih murah dibandingkan di <i>offline store</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.6 Konsumen merasa toko <i>online Official Shop</i> Erigo di Shopee tanggap akan kelengkapan barang yang akan dikirim	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.7 Konsumen merasa toko <i>online Official Shop</i> Erigo di Shopee memiliki kelengkapan barang yang dibutuhkan.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.8 Konsumen berbelanja pada toko <i>online Official Shop</i> Erigo karena merasa iklannya dapat menarik minatnya	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.9 Konsumen menilai iklan pada toko online Official Shop Erigo sangat inovatif	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.10 Konsumen merasa nyaman berbelanja pada toko <i>online Official Shop</i> Erigo di Shopee karena <i>seller</i> amanah dalam menjual barangnya...	Error! Bookmark not defined.
not defined.	
Tabel 4.11 Selama konsumen berbelanja pada toko <i>online Official Shop</i> Erigo di Shopee belum pernah mendapatkan barang yang keliru.....	Error! Bookmark not defined.
defined.	
Tabel 4.12 Konsumen merasa nyaman berbelanja pada toko <i>online Official Shop</i> Erigo di Shopee karena waktu pengemasan tidak lama	Error! Bookmark not defined.
defined.	

Tabel 4.13 Konsumen merasa nyaman berbelanja pada toko *online Official Shop Erigo* di Shopee karena pengirimannya tidak lama dan barang selalu datang tepat waktu..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.14 Rekapitulasi Kuesioner Variabel *Prior Online Purchase Experience* Pada toko *online Official Shop Erigo* di Shopee..... **Error! Bookmark not defined.**

- Tabel 4.15 Interpretasi Untuk *Prior Online Purchase Experience* Pada Toko *Online Official Shop* Erigo di Shopee **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.16 Konsumen merasa toko *online Official Shop* Erigo di Shopee dapat memenuhi kebutuhan konsumen..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.17 Konsumen menikmati melakukan pembelian pada toko *online Official Shop* Erigo di Shopee karena merasa *seller* amanah**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.18 Konsumen membeli barang berulang kali karena merasa percaya dengan toko *online Official Shop* Erigo di Shopee **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.19 Konsumen percaya *seller* pada toko *online Official Shop* Erigo tidak melakukan tindakan oportunistik **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.20 Konsumen percaya *seller* pada toko *online Official Shop* Erigo tidak akan melakukan penipuan dalam pengiriman barang yang akan merugikan pelanggannya demi keuntungannya **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.21 Konsumen merasa lebih mudah mendapatkan informasi pada toko *online Official Shop* Erigo di Shopee daripada *e-commerce* lainnya**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.22 Konsumen merasakan kemudahan dalam melakukan pemesanan pada toko *online Official Shop* Erigo dengan menggunakan *e-commerce* Shopee**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.23 Konsumen merasa barang yang dijual *seller* pada toko *online Official Shop* Erigo di Shopee sesuai dengan harganya **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.24 Selama berbelanja pada toko *online Official Shop* Erigo di Shopee konsumen mendapatkan barang sesuai dengan ekspektasinya ..**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.25 Konsumen merasa terbantu dengan fitur testimoni/review pada toko *online Official Shop* Erigo di Shopee karena dapat memberikan informasi terhadap produk yang akan dibeli oleh konsumen **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.26 Rekapitulasi Kuesioner Variabel *online trust* pada toko *online Official Shop* Erigo di Shopee **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.27 Interpretasi Untuk Variabel *Online Trust* Pada Toko *Online Official Shop* Erigo di Shopee..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.28 Konsumen merasa toko *online Official Shop* Erigo di Shopee memudahkan konsumen untuk menemukan barang yang dibutuhkannya.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.29 Konsumen merasa toko *online Official Shop* Erigo cocok dengan gaya hidupnya..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.30 Konsumen memiliki ketertarikan pada toko *online Official Shop* Erigo di Shopee karena banyak yang menggunakan **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.31 Konsumen tertarik dengan desain dan tampilan produk Erigo yang sesuai dengan selera **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.32 Konsumen tertarik berbelanja pada toko *online Official Shop* Erigo di Shopee karena merasa nyaman dengan produknya..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.33 Konsumen tertarik berbelanja pada toko *online Official Shop* Erigo di Shopee pembayarannya yang mudah **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.34 Konsumen berbelanja pada toko *online Official Shop* Erigo di Shopee karena strategi pemasaran yang dilakukannya sesuai dengan *trend* masa kini....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.35 Konsumen berbelanja pada toko *online Official Shop* Erigo di Shopee karena merasa menghemat waktu **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.36 Konsumen menikmati melakukan pembelian pada toko *online Official Shop* Erigo di Shopee karena banyak diskon setiap harinya**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.37 Konsumen menikmati melakukan pembelian pada toko *online Official Shop* Erigo di Shopee karena fitur pembayaran yang lengkap**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.38 Rekapitulasi Kuesioner Variabel Minat Beli pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh di *Official Shop* Erigo di Shopee**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.39 Interpretasi Untuk Variabel Minat Beli pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh angkatan 2108 di *Official Shop* Erigo di Shopee...**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.40 Rekap Penelitian Deskriptif **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.41 Tabulasi Data Variabel *Prior Online Purchase Experience* (X1) dan Minat Beli (Y)..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.42 Tingkat Koefisien Korelasi **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.43 Tabulasi Data Variabel *Online Trust* (X2) dan Minat Beli (Y)**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.44 Tingkat Koefisien Korelasi **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.45 Tabulasi Data Variabel *Prior Online Purchase Experience* (X1), *Online Trust* (X2) dan Minat Beli (Y) **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet di Asia	Error! Bookmark not defined.
Gambar 1.2 Ulasan Erigo di Shopee	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2.1 Paradigma Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.1 Erigo Anorak Jaket dan Erigo Track Suit	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.2 Erigo Coach Jaket dan Erigo Pullover Jaket	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.3 Erigo <i>Lighweight</i> Jaket, <i>Track Top</i> Jaket & <i>Windbreaker</i> Jaket.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.4 Erigo <i>Sweatshirt</i> & Erigo Hoodie	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.5 <i>T-Shirt</i> Erigo, <i>T-Shirt HD Oversize</i> , <i>T-Shirt Stripe</i> & <i>Long Sleeve</i> .	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.6 Erigo Nylon Short Pants, Erigo Chino Short, Erigo Short Pants, Erigo Chino Pants, Erigo Denim Short Pants, & Erigo Jogger.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.7 <i>Short Sleeve Flannel</i> Erigo dan Erigo <i>Flannel</i>	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.8 Erigo <i>Socks Pack</i> & <i>Caps</i> Erigo.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.9 <i>Slingbag</i> Erigo & <i>Waisbag</i> Erigo.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.10 Logo Erigo.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.11 Struktur Kepegawaian Fakultas Ekonomi Universitas Galuh.....	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Tugas Membimbing Skripsi.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 2 Surat Izin Penelitian Skripsi	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 3 Surat Izin Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 4 Kuisisioner Penelitian	147
Lampiran 5 Tabulasi Data <i>Prior Online Purchase Experience</i>	152
Lampiran 6 Tabulasi Data <i>Online Trust</i>	154
Lampiran 7 Tabulasi Data Minat Beli.....	156
Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup.....	158

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad. 2021. *Manajemen Pemasaran: Pengertian, Fungsi, Tujuan, Tugas, dan Konsep*. Gramedia.com. Diakses: 26 Agustus 2022. Tersedia: https://www.gramedia.com/literasi/manajemen-pemasaran/#3_Tujuan_Manajemen_Pemasaran
- Almunawaroh, T., & Ngasifudin, M. 2021. Pengaruh Kelengkapan Barang Dan Harga Terhadap Minat Belanja Masyarakat Di Pasar Tradisional Cibeunying. *Value: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 16(1), 53-63. Diakses 15 September 2022. Tersedia: <https://www.e-journal.umc.ac.id/index.php/VL/article/view/1517>
- Amalia, F. 2020. *Pengaruh Online Trust, Prior Online Purchase Experience Dan Promosi Terhadap Online Repurchase Intention Pada Shopee.co.id (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik)*. Diakses: 10 Januari 2022. Tersedia: <http://eprints.umg.ac.id/3717/>
- Armstrong, K. D. 2012. *Pemasaran, Pengertian Dan Definisi*. Yogyakarta: Cakruk Publishing.
- Databoks Katadata.co.id. 2021. *Pengguna Internet di Asia*. Diakses 10 Januari 2022. Tersedia: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/14/pengguna-internet-indonesia-peringkat-ke-3-terbanyak-di-asia>
- Devi, P. S. C., & Sulistyawati, E. *Peran Customer Satisfaction Memediasi Pengaruh Online Trust terhadap Repurchase Intention (Studi pada Konsumen Florist Online di Kota Denpasar) (Doctoral dissertation, Udayana University)*. Diakses: 10 Januari 2022. Tersedia: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/download/37205/24240>
- Dwiyama, F. (2018). *Unsur Manajemen dalam Pengelolaan Lembaga Pendidikan Islam di Indonesia*. *Adara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 7(1), 675-695. Diakses: 5 Februari 2022 Tersedia: <http://mail.jurnal.iain-bone.ac.id/index.php/adara/article/download/312/239>
- Fauziah, M. A., Handayani, S., Program, E. E., & Malang, U. N. 2020. *Pengaruh Intensitas Pemanfaatan E-commerce Dan Tingkat Literasi Ekonomi Terhadap Tingkat Konsumsi Siswa Di SMA Negeri 4 Malang 1, 2*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 13(1), 76–83. Diakses: 25 Januari 2022 Tersedia: <http://conference.um.ac.id/index.php/esp/article/view/2134>
- Firmansyah, M. A., & Mahardhika, B. W. 2018. *Pengantar Manajemen*. Deepublish. Tersedia: <https://www.google.com/books?hl=id&lr=&id=fkyCDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=Pengantar+Manajemen&ots=Mj4Yc4718x&sig=N-OL10AHG9E1TAeeAXPh2xlr5u4>
- Hartono, Hendry, Karyana Hutomo, and Marshelia Mayangsari. "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan"

Dengan Menetapkan Alumni dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian." Binus Business Review 3.2

- (2012): 882-897. Diakses 25 Agustus 2022. Tersedia: <https://journal.binus.ac.id/index.php/BBR/article/view/1271>
- Hartanto, Rudi. 2018. *Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Pembelian Ulang Jasa Transportasi Online pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara*. Skripsi pada Program Studi Strata-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara Medan. Tidak diterbitkan. Tersedia: <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/3402>
- Hildaria, H. 2017. *Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Pengalaman Berbelanja, Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Minat Belanja Online Di Kalangan Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Diakses: 13 Juni 2022. Tersedia: <https://repository.usd.ac.id/13195/1/131324004.pdf>
- Imari, S., Lubis, P. H., & Chan, S. 2017. *Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan Online dan Pengalaman Pembelian Sebelumnya Terhadap Niat Pembelian Konsumen Secara Online Dengan Perbedaan Gender Sebagai Variabel Pemoderasi*. *Jurnal Perspektif Manajemen dan Perbankan*, 8(3). Tersedia: <http://www.jurnal.unsyiah.ac.id/JPMP/article/view/10189>
- Kuswandi, Tedi. 2021. *Pengaruh E-Service Quality Dan E-Customer Satisfaction Terhadap Repurchase Intention (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Pengguna E-Commerce Shopee)*. Skripsi pada Program Studi Strata-1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh.
- Japarianto, E., & Adelia, S. 2020. *Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35-43. Tersedia: <http://jurnalpemasaran.petra.ac.id/index.php/mar/article/view/22616>
- Ling, K. C., Chai, L. T., & Piew, T. H. 2010. *The Effects Of Shopping Orientations, Online Trust And Prior Online Purchase Experience Toward Customers' Online Purchase Intention*. *International business research*, 3(3), 63. Tersedia: <https://www.researchgate.net/profile/Teck-Chai-Lau-2/publication/44298410>
- Mandasari, Niken. 2020. *Pengaruh Brand Trust, Kualitas Produk dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Yakult (Pada Konsumen Padepokan Tari Langen Kusuma Ponorogo)*. Skripsi (S1) thesis, Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Diakses: 25 Agustus 2022. Tersedia: <http://eprints.umpo.ac.id/5839/3/BAB%20II.pdf#>
- Ningsih, S. (2020). *Strategi Membangun Customer Trust Pada Online Shop Dikalangan Mahasiswa Milenial*. *Dinamis: Journal of Islamic Management and Bussiness*, 3(1). Diakses 27 mei 2022. Tersedia: <https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/dinamis/article/view/1576>

- Pamungkas, Y. F. C. 2014. *Pengaruh Orientasi Pembelian, Kepercayaan, dan Pengalaman Pembelian Online terhadap Niat Beli Online* (Doctoral dissertation, UAJY). Diakses 27 Mei 2022. Tersedia: <http://e-journal.uajy.ac.id/id/eprint/6726>
- Parastanti, G. P. 2014. *Pengaruh Prior Online Purchase Experience terhadap Trust dan Online Repurchase Intention (Survey pada Pelanggan ZALORA Indonesia Melalui Website www.zalora.co.id)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University). Diakses 27 Mei 2022 Tersedia: <https://www.neliti.com/publications/84979/pengaruh-prior-online-purchase-experience-terhadap-trust-dan-online-repurchase-i>
- Parhusip, A. A., & Lubis, N. I. 2020. *Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan Online, Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Secara Online (Studi Kasus Pada Toko Online Tokopedia)*. Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis, 5(2), 77-88. Tersedia: <http://jurnal.saburai.id/index.php/manajemen/article/view/748>
- Pink, Bidara. 2021. *Platform E-Commerce Laris Manis Selama Pandemi Covid-19*. Diakses 20 Mei 2022. Tersedia: https://crewdible.com/seller-app/welcome/register?tracking_id=EAIAIQobChMI_73K1cT39wIV8CW3AB01xAeGEAEYASAAEgIM2PD_BwE
- Prabowo, D. N. C. (2019). *Pengaruh Perceived Risk Dan Perceived Technology Terhadap Online Purchase Intention Pada Shopee Dengan Online Trust Sebagai Variabel Mediasi (Studi Empiris Terhadap Masyarakat Magelang)*. In *UMMagelang Conference Series* (pp. 798-810). Diakses 27 Mei 2022. Tersedia: <http://journal.unimma.ac.id/index.php/conference/article/download/3583/1747>
- Pramandari, Putu Y., et al. *Peranan Prior Online Purchase Experience Danonline Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Online Shop Media Sosial Instagram*. *Jurnal Ilmu Manajemen Mahasaraswati*, vol. 6, no. 1, 2016. Tersedia: <https://www.neliti.com/publications/101458/peranan-prior-online-purchase-experience-danonline-trust-terhadap-keputusan-pemb>
- Pratama, R. 2020. *Pengantar Manajemen*. Deepublish. Diakses 10 Januari 2022 Tersedia: [https://www.google.com/books?hl=id&lr=&id=mzX4DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Pratama,+R.+\(2020\).+Pengantar+Manajemen.+Deepublish.+Tersedia&ots=BMWxagMDHB&sig=KpEmCatX0ONe1HL6u0RtySw7Vac](https://www.google.com/books?hl=id&lr=&id=mzX4DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Pratama,+R.+(2020).+Pengantar+Manajemen.+Deepublish.+Tersedia&ots=BMWxagMDHB&sig=KpEmCatX0ONe1HL6u0RtySw7Vac)
- Putri Riyanto, Galuh. 2021. *Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta*. Kompas.com. Diakses 10 Januari 2022. Tersedia: <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta1>
- RIO, R. (2022). *Pengaruh Tampilan Produk dan Ekspektasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Konsumen Produk Erigo di Bandar Lampung)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).

- Rizki, R. 2020. *Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Online Di Kalangan Masyarakat Sangatta (Studi Kasus Pada E-Commerce Shopee)*. Jurnal Eksis, 16(1). Diakses: 15 Februari 2022. Tersedia: <http://e-journal.polnes.ac.id/index.php/eksis/article/view/461>
- Samantha Regina, Elia. 2018. *Pengaruh Prior Online Purchase Experience dan Online Trust Terhadap Online Repurchase Intention Di Online Shop Veresa*. Jurnal Teknik Pomuk Petra. 1-6. Diakses: 15 Februari 2022. Tersedia: <https://www.neliti.com/publications/84979/pengaruh-prior-online-purchase-experience-terhadap-trust-dan-online-repurchase-i>
- Sativa, A., & SRI, R. T. A. 2016. *Analisis Pengaruh E-Trust dan E-Service Quality terhadap E-Loyalty dengan E-Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna E-Commerce C2C Tokopedia) (Doctoral Dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis)*. Diakses: 13 Juni 2022. Tersedia: <http://eprints.undip.ac.id/49704/>
- Shinta, A. 2011. *Manajemen pemasaran*. Universitas Brawijaya Press.
- Siregar, N. 2017. *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam menggunakan indihome sebagai penyedia jasa internet di kota medan (studi kasus kantor plaza telkomcabang iskandar muda no. 35 medan baru)*. *Jumant*, 7(1), 65-76. Diakses 27 Mei 2022. Tersedia: <https://journal.pancabudi.ac.id/index.php/JUMANT/article/view/177>
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&d*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutanto, F. 2019. *Pengaruh Karakteristik Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Mister Cheesy (Doctoral Dissertation, Universitas Ciputra Surabaya)*. Diakses: 13 Juni 2022. Tersedia: <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/1656>
- Sutarsih, Tri. et. al. 2021. *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2020*. Badan Pusat Statistik. Diakses: 20 Januari 2022. Tersedia: <https://www.bps.go.id/publication/2021/10/11/e03aca1e6ae93396ee660328/statistik-telekomunikasi-indonesia-2020.html>
- Syahreza, Andrie. 2018. *Pengaruh Online Trust dan Resiko yang Dipersepsikan Terhadap Intensi Membeli Perangkat Elektronik Secara Daring*. Diakses: 15 Februari 2022. Tersedia: <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/7522>
- Top Brand Award. 2020. *Top Brand Index*. Diakses 10 Januari 2022. Tersedia: https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=SHOPEE
- Wahyuni, Winda Sri. 2022. *Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening di Official Shop Scarlett Tokopedia*. Skripsi pada Program Studi Strata-1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh.

Wibowo, D. H., & Zainul Arifin, S. 2015. *Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1). Diakses: 26 Agustus 2022. Tersedia:

<http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=371075&val=6468&title=ANALISIS%20STRATEGI%20PEMASARAN%20UNTUK%20MENINGKATKAN%20DAYA%20SAING%20UMKM%20Studi%20pada%20Batik%20Diajeng%20Solo>

Yunita, N. R., Sumarsono, H., & Farida, U. 2019. *Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Buka Lapak (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo)*. *ISOQUANT: Jrnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 90-105. Diakses: 27 Mei 2022. Tersedia:

<https://www.researchgate.net/profile/Hadi-Sumarsono/publication/333423794>

