

DAFTAR PUSTAKA

- 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.
- Assauri, Sofjan. 2013. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Rajawali Pers.
- Baskara, I Made Arya dan I Gede Sukaatmadja. 2016. Pengaruh *Online trust* dan Perceived Enjoyment Terhadap *Online Shopping Satisfaction* dan Repurchase Intention Lazada Indonesia. E-Jurnal Manajemen Unud, 5 (11), hal. 7214-7244.
- Budianto, Apri. 2015. Manajemen Pemasaran Edisi Revisi. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Bukman Lian. 2019. Revolusi Industri 4.0 Dan Disrupsi, Tantangan Dan Ancaman Bagi Perguruan Tinggi. Universitas PGRI Palembang.
- Christian Ponarwan dan Miharni Tjokrosaputro. 2020. Pengaruh *Social media marketing* Dan Trust Terhadap Minat Menggunakan Gopay Di Jakarta. Program Studi Manajemen/Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara, Jakarta.
- Delicia Tungka, et.al. (2021). Pengaruh *Social media marketing* Pada Instagram Terhadap Minat Beli Chatime Indonesia. Universitas Kristen Petra. Surabaya.
- Dewi Utari, Ari Purwanti dan Darsono Prawironegoro. 2014. Manajemen 12345. Keuangan Edisi Revisi. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Dwiyama, F. (2018). Unsur Manajemen dalam Pengelolaan Lembaga Pendidikan Islam di Indonesia. Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, 7(1), 675-695.
- Eko Boedhi Santoso, Musthofa Hadi dan Rizky Kurniawan Murtiyanto. 2020. Pengaruh *Social media marketing* Dan E-Trust Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Project Usaha Rintisan E-Marketing Mahasiswa D4 Manajemen Pemasaran.
- Fahmi Irham. 2014. Manajemen Produksi dan Operasi. Bandung : Alfabeta.
- Fandy, Tjiptono. 2014. Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian). Yogyakarta. Andi.
- Fauziyah. (2020). Tantangan UMKM dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0 Ditinjau dari Aspek Marketing dan Accounting. Universitas Islam Kadiri. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan.
- Firmansyah, M. A., & Mahardhika, B. W. 2018. Pengantar Manajemen. Deepublish.
Tersedia:
<https://www.google.com/books?hl=id&lr=&id=fkyCDwAAQBAJ&oi=f>

nd&pg=PR5&dq=Pengantar+Manajemen&ots=Mj4Yc4718x&sig=NOL10AHG9E1
TAeeAXPh2xlr5u4

- Giri Maulana Arief dan Heppy Millianyani (2015). Pengaruh *Social media marketing* Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Sugar Tribe. Universitas Telkom.
- Handoko, T. Hani. 2014. Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: BFFE UGM.
- Hasibuan, Malayu. 2014. Manajemen Sumber Daya Manusia (Edisi Revisi). Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Jones, K dan Leonanrd, L. N. K. (2012). Trust in consumer-to-consumer electronic commerce. *Journal Information & Management*, 45, 88-95
- Jovita, D. R. 2017. Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 01, 25-31.
- Kasali, R. 2018. *Self Disruption*. Bandung: Mizan
- Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- 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.
- Manullang dan Esterlina Hutabarat. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Indomedia Pustaka.
- Marwani dan Asep Maulana. 2021. Pengaruh Media Sosial Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Sepatu Vans (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang). Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang.
- Mely Fitriani dan Danang Kusnanto (2021). Pengaruh E-Service Quality Dan ETrust Terhadap Minat Beli Konsumen Lazada Di Media Sosial. Universitas Singaperbangsa Karawang.
- Niken Nanincova. 2019. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe And Bistro.
- Niko, Horan Simorangkir, et.al (2022). Pengaruh *Social media marketing* terhadap Minat Pembelian Produk Nabeezku. Universitas Singaperbangsa Karawang.
- Nurdin, Ismail dan Sri Hartati. 2019. *Metodologi Penelitian Sosial*. Media Sahabat Surabaya, Surabaya.
- Penitasari, N. 2017. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Abon Lele Bang Zay (Studi pada Konsumen Abon Lele Bang Zay di Kota Malang) (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).

- Philip Khotler, Hermawan Kertajaya & Iwan Setiawan. 2017. Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Pratama, Rheza. 2020. Pengantar Manajemen. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Rachmawati, Ratna Maulda, Wahyudi Handri Dian, A.P. Hariri. 2016. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli Melalui Persepsi Risiko Pada Transaksi Jual Beli *Online* Melalui Media Sosial (Studi pada Mahasiswa Program Studi S1 Manajemen Angkatan 2014). *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 21 (2), pp : 215-224.
- Veby Zilfania Rizal dan Evawani Elysa Lubis. 2028. *Social media marketing* Twitter Dan Brand Image Restoran Burger. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 5, Nomor 1, hlm. 1-118
- 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).
- Saida Zainurossalamia. 2020. Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi. Forum Pemuda Aswaja. Nusa Tenggara Barat.
- Sakdiah. 2014. Karakteristik Manajemen Organisasi Islam. *Jurnal Al-Bayan*, Vol 20.
- Sinaga, R. E. M., & Kusumawati, A. 2018. Pengaruh Youtube Celebgram Terhadap Minat Beli Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Kosmetik Produk Erha Clinic Di Indonesia).
- 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.
- Sudarsono, H. 2020. Buku ajar: Manajemen pemasaran. Jember: Pustaka Abadi.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&d. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 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).
- Syahreza, Andrie. 2018. Pengaruh *Online trust* dan Resiko yang Dipersepsikan Terhadap Intensi Membeli Perangkat Elektronik Secara Daring.
- Terry, George, R. 2012. Prinsip-Prinsip Manajemen. Penerbit: PT Buni Aksara. Jakarta.
- Totok Haryanto dan Siti Nur Azizah. 2021. Pengantar Praktis Pemasaran Digital. Penerbit: UM Purwokerto Press. Purwokerto.
- Wibowo, Radna Andi. 2019. Manajemen Pemasaran. Semarang: Radna Andi Wibowo, hal. 2.

- Wilson Gustiawan. 2018. *The Jungle Of Management Theory: A Journal Review*. State Polythecnic Padang.
- 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.