

DAFTAR PUSTAKA

- Al., Romindo et. 2019. *E-COMMERCE, IMPLEMENTASI, STRATEGI & INOVASINYA*.
- Al., Sophia Eldawati et. 2020. “Kepercayaan Online (E-Trust)” 4 (8.5.2017).
www.aging-us.com.
- Alfiannor, S.Pd., M.M. 2022. *DIGITAL MARKETING STRATEGY: ONLINE MARKETING APPROACH*. Edited by M.M. Acai Sudirman, S.E. Kota Bandung - Jawa Barat: CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Amadea, Audrey, and Christian Herdinata. 2022. “Pengaruh E-Trust Dan Perceived Value Terhadap Repurchase Intention Pada E-Commerce Shopee.” *BIP's JURNAL BISNIS PERSPEKTIF* 14 (2): 123–32.
<https://doi.org/10.37477/bip.v14i2.354>.
- Ananda, Rusydi, and Fitri Hayati. 2020. *Variabel Belajar: Kompilasi Konsep*. CV. Pusdikra MJ.
- Ardhiansyah, Arvi Nurizza, and Novi Marlina. 2021. “Pengaruh Social Media Marketing Dan E-Wom Terhadap Minat Beli Produk Geoffmax The Effect of Social Media Marketing and e-Wom on Interest to Buy Geoffmax Products.” *Akuntabel* 18 (3): 379.
- As'ad, H.A.I.R., and A.Y. Al Hadid. 2014. “The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity: An Empirical Study on Mobile Service Providers in Jordan.” *Review of Integrative Business and Economics Research* 3: 315.

Ayesha, Ivonne, I Wayan Adi Pratama, Syahril Hasan, Amaliyah, Nur Ika Effendi, Tri Yusnanto, Ni Desak Made Santi Diwyarthi, et al. 2022. *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. Edited by M.M. Riyanto Wujarson, S.E., Ak. Pt. *Global Eksekutif Teknologi*. Padang Sumatera Barat: PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.

Danty & Nabillah, 2020). 2020. “Pengaruh Online Consumer Review Dan Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen Dan Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Di Kota Pekanbaru.” *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Ekonomi* 7 (2): 1–15.

Dewi, Elsa Riliana Hantika, and AA Setyawan. 2021. “Pengaruh E-Satisfaction, E-Trust, Dan Perceived Value Terhadap Repurchase Intention Pada E-Commerce.” Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Djohan, Agustinus Johan. 2016. *Manajemen Dan Strategi Pembelian*. <http://eprints.ulm.ac.id/1820/1/3RA.pdf>.

Donni Juni Priansa. 2017. “PERILAKU KONSUMEN.” Bandung: Alfabeta.

Dr. Marisi Butarbutar, S.E., M.M., M. Kep. Ns. Ni Made Nopita Wati, S.Kep, M.Pd. Prof. Dr. Abdul Rahmat, S.Sos., I., M.Pd. Dr. Yudin Citriadin, M.AP. Ika Widiastuti, S, IP, MM. Dr. Efendi, SE, and M.Pd. Dr. H. Mulyawan Safwandy Nugraha, M.Ag. 2020. *Metode Penelitian Hukum. Metodologi Penelitian Pendekatan Multidisipliner*. Bandung: PT. Refika Aditama.

Dr.H. Mashur Razak, SE, M.M. 2016. *Perilaku Komsumen*. Makassar.

Dzaki, Ahmad Luqman, and Dinda Amanda Zuliestiana. 2022. “Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Minat Beli Ulang Pada

- Pengguna Situs E-Commerce Jd.Id.” *E-Proceeding of Management* 9 (2): 125–39.
- Edwin Zusrony, S.E., M.M., M.Kom. 2010. *PERILAKU KONSUMEN DI ERA MODERN*. Jl. Majapahit No. 605 Semarang: Binapura Aksara. [http://digilib.uinsgd.ac.id/40791/1/PERILAKU KONSUMEN CETAK.pdf](http://digilib.uinsgd.ac.id/40791/1/PERILAKU%20KONSUMEN%20CETAK.pdf).
- Fitriani, Mely, and Danang Kusnanto. 2021. “Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Minat Beli Konsumen Lazada Di Media Sosial.” *JEKPEND (Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan)* 4 (2): 46–51. <https://doi.org/10.26858/jekpend.v4i2.22431>.
- Garaika Darmanah. 2019. *Metodologi Penelitian*. 8. Lampung Selatan: CV. HIRA TECH. http://mercubuana.ac.id/files/MetodelogiPenelitianIII/METLIT_8_Reabilitas_Validitas-ok.pdf.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hanifati, M, and Samiono. 2018. “Analisis Pengaruh Website Quality Dan EWOM Terhap Purchase Decision Melalui Online Trust Pada Situs Tiket Travel Dan Reservasi Hotel Online Di Indonesia (Studi Kasus Pada Traveloka.Com, Tiket.Com, Pegipegi.Com).” *Jurnal TRANSformasi* 2 (1).
- Iendy Zelvian Adhari. 2021. *KEPUASAN PELANGGAN DAN PENCAPAIAN BRAND TRUST*. Pasuruan, Jawa Timur: CV. PENERBIT QIARA MEDIA.
- Ika Susilowati, S.E, M.M., Dkk. 2013. “MEMBANGUN MINAT BELI KONSUMEN.” In , edited by M.pd Dr. Muhammad Thoyib, 1–73. Jl. Pramuka 156 Ponorogo 63471: STAIN Ponorogo PRESS.

- Istanto, Yuni, Istiana Rahatmawati, Dyah Sugandini, Rahajeng Arundati, and Trisna Adisti. 2020. *Pemasaran Melalui Media Sosial Pada Usaha Kecil*.
- Jefri Putri Nugraha, M.Sc., Dkk. 2021. *TEORI PERILAKU KONSUMEN*. Edited by M.T. Ahmad Jibril, S.T. Jl. Raya Wangandowo, Bojong Pekalongan, Jawa Tengah 51156.
- Jin, Zhonghai, Constantin Lukashin, Yanli Qiao, and Arun Gopalan. 2013. “An Efficient and Effective Method to Simulate the Earth Spectral Reflectance over Large Temporal and Spatial Scales.” *Geophysical Research Letters* 40 (2): 374–79. <https://doi.org/10.1002/grl.50116>.
- Karina Listya Widyasari, dkk. 2018. *MEMAKSIMALKAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM LEMBAGA PEMERINTAH*. Singapore; Springer.
- Khairinal. 2016. *Menyusun Proposal, Skripsi, Thesis, Disertasi Jambi*. Jambi: Salin Media.
- Kim, A.J., and E Ko. 2012. “Do Social Media Marketing Activities Enhance Customer Equity? An Empirical Study of Luxury Fashion Brand.” *Journal of Business Research* 65: 1480–86.
- Kooli, Kaouther, Kaouther Ben Mansour, and Rizky Utama. 2014. “Determinants of Online Trust and Their Impact on Online Purchase Intention.” *International Journal of Technology Marketing* 9 (3): 320–32. <https://doi.org/10.1504/IJTMKT.2014.063858>.
- Kurniawan, Gogi. 2020. *Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui Ecommerce*.
- Kurniawan, Ida Bagus, Natalia Sri Endah Kurniawati, and I Made Endra

- Puniawan. 2021. "Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Mahasiswa Saat Pandemi Covid-19 Di Bali." *Juima: Jurnal Ilmu Manajemen* 11 (1): 15–28. <https://doi.org/10.36733/juima.v11i1.2056>.
- Latifah, Intan Nur. 2019. "Pengaruh E-Satisfaction Dan E-Trust Konsumen Terhadap Minat Beli Online Di Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa/I Di Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian)." *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos* 8 (1): 92–98.
- Li, Fangfang, Jorma Larimo, and Leonidas C. Leonidou. 2021. "Social Media Marketing Strategy: Definition, Conceptualization, Taxonomy, Validation, and Future Agenda." *Journal of the Academy of Marketing Science* 49 (1): 51–70. <https://doi.org/10.1007/s11747-020-00733-3>.
- M Dharma Tuah Putra Nasution, Yossie Rossanty dan Firman Ario. 2018. "Basic Marketing & Customer Behavior." https://perpustakaan.pancabudi.ac.id/dl_file/buku/16390_1_ISI.pdf.
- Moriuchi, Emi, and Ikuo Takahashi. 2016. "Satisfaction Trust and Loyalty of Repeat Online Consumer within the Japanese Online Supermarket Trade." *Australasian Marketing Journal* 24 (2): 146–56. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2016.02.006>.
- Noviandi, Mochamad Irfan, and Nur Ajizah. 2023. "Pengaruh Digital Marketing Dan E-Trust Terhadap E-Purchase Decision Melalui E-Purchase Intention Pengguna Platform Shopee." *Manajemen Dan Akuntansi* 2 (1): 131–41.
- Novitasari, Nurdian. 2021. "Pengaruh Social Media Marketing, Celebrity Endorser, Harga, Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Fashion.

- (Studi Empiris Pada Brand Fashion Erigo).” *E – Jurnal Riset Manajemen* 4 (2): 22–32.
- Nugroho A.S. 2016. *E-Commerce; Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: Candi Gerbang.
- Othysalonika, Othysalonika, Abdul Wahib Muhaimin, and Febriananda Faizal. 2022. “Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Dan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Usaha Makanan Sehat Di Kota Malang.” *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis* 6 (3): 1134. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.03.32>.
- Philip Kotler and Kevin Lane Keller. 2012. “Manajemen Pemasaran Edisi 12.” *Jakarta: Erlangga*.
- Prasasti, Fania Alicia, Ina Ratnasari, and Rabhi Fathan Muhammad. 2022. “Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce Blibli.Com Di Kota Bekasi.” *Journal for Management Student (JFMS)* 2 (2): 18–26.
- Purwanto, Suharyadi dan. 2011. *Statistika Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ramadhan, A. G., and S. B. Santosa. 2017. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Pada Sepatu Nike Running Di Semarang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening.” *Diponegoro Journal of Management* 6 (1): 59–70.
- Rudy Irwansyah. 2021. *Perilaku Konsumen*. Widina Bhakti. Cetakan Pe. Bandung.

- Saddha Yohandi, Yuliana, Arwin, Lisa, and Ivone. 2022. "Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Di Fortunate Coffee Cemara Asri Deli Serdang." *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora* 1 (2): 182–86. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v1i2.451>.
- Sativa, Amila, and Sri Rahayu Tri Astuti. 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)." *Diponegoro Journal of Management* 5 (3): 1–10.
- Siagian, Hotlan, and Edwin Cahyono. 2014. "ANALISIS WEBSITE QUALITY, TRUST DAN LOYALTY PELANGGAN ONLINE SHOP." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 8 (2). <https://doi.org/10.9744/pemasaran.8.2.55-61>.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- . 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Edited by MT Dr. Ir. Sutopo. S.Pd. Edisi Kedu. Bandung: ALFABETA, CV.
- . 2021. *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Edited by MT Dr. Ir. Sutopo. S.Pd. Edisi Kedu. Bandung: ALFABETA, CV.
- Wardoyo, W, and Intan Andini. 2017. "Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma." *Jurnal Manajemen Dayasaing* 19 (1): 12–26. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v19i1.5101>.
- Wibasuri, Anggalia, Satria Bangsawan, Mahrinasari, and Ribhan. 2018. "Determinants of Attitude Tourist in E-Tourism Usage." *International Journal of Engineering and Technology* 7 (4): 6044–50.

Widana, Wayan, and Putu Lia Muliani. 2020. *Uji Persyaratan Analisis. Analisis Standar Pelayanan Minimal Pada Instalasi Rawat Jalan Di RSUD Kota Semarang.*

Yunita, Nur Fitri. 2020. "PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN E-TRUST TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA SITUS ONLINE SHOPEE." Universitas Esa Unggul.