

DAFTAR REFERENSI

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Sari, M. E. (2012). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Aceh: Anggota Ikapi.
- Al Falah, K., Al Sughayir, A., & Albarq, A. N. (2024). The Importance Of Environmental Concern, Trust And Convenience In Consumers' Purchase Intentions Of Organic Foods In A Developing Country. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2361319.
- Al Hafizi, N. A., & Ali, H. (2021). Purchase Intention And Purchase Decision Model: Multi Channel Marketing And Discount On Medcom.Id Online News Portal. *Dinasti International Journal Of Digital Business Management*, 2(3), 460–470. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v2i3.826>
- Anwar, R. N., & Afifah, A. 2018. Kepercayaan Dan Keamanan Konsumen Terhadap Minat Beli Di Situs Online Studi Kasus Pengunjung Situs Lazada Di Jakarta Timur. *Jurnal Manajemen*.Vol.9 No.1 Hal.46-57
- Ariansyah, A., Najib, M., & Munandar, J. M. (2020). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Niat Konsumen Untukmembeli Produk Melalui E-Commerce. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 11 (2), 83–90. <https://doi.org/10.29244/jmo.v11i2.32170>
- Arifin, Z. (2021). Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan Online, Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Secara Online (Studi Pada Konsumentoko Online Jd, Id) (Doctoral Dissertation, Stie Malangkucecwara).
- Arianty, N. (2019). Strategi Pemasaran Susu Kedelai Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Keluarga.
- Bailey, J.E. And Pearson, S.W. (2019). Development Of A Tool For Measuring And Analyzing Computer User Satisfaction. *Management Science*, 29, 530-545.
- Burhanudin, & Nuraini. (2018). Pengaruh Stuktur Modal Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Pemoderasi. *Eco-Entrepreneurship*, Vol. 3 No. 2.
- Chae, H., Kim, S., Lee, J., & Park, K. (2020). Impact Of Product Characteristics Of Limited Edition Shoes On Perceived Value, Brand Trust, And Purchase Intention; Focused On The Scarcity Message Frequency. *Journal Of Business Research*, 120, 398-406.
- Flavián, C., Guinaliu, M., & Jordan, P. (2022). Virtual Teams Are Here To Stay: How Personality Traits, Virtuality And Leader Gender Impact Trust In The Leader And Team Commitment. *European Research On Management And Business Economics*, 28(2), 100193.
- Gultom, M. L., Purba, D. P., Zepria, & Sinaga, R. (2019). Pengaruh Current Ratio (Rasio Lancar), Return On Equity Dan Total Asset Turn Over (Tato) Terhadap Harga Saham Pada Sector Consumer Goods Industry Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Global Manajemen*, 8, 35–44.

- Indrajaya, H. S., & Mm, I. (2024). *Manajemen Pariwisata: Konsep, Regulasi, Dan Strategi*. Kaizen Media Publishing.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press. [https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=Pyfcdwaaqbaj&Lpg=Pr3&Ots=Mc4higr7d&Dq=Pe Masaran Dan Kepuasan Pelanggan. Buku %09unitomo Press Surabaya&Lr&Hl=Id&Pg=Pr2#V=Onepage&Q=Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan. Buku %09unitomo Press Surabaya&F=False](https://books.google.co.id/books?id=Pyfcdwaaqbaj&Lpg=Pr3&ots=Mc4higr7d&dq=Pe+Masaran+Dan+Kepuasan+Pelanggan.+Buku+%09unitomo+Press+Surabaya&lr&hl=id&pg=Pr2#v=onepage&q=Pemasaran+Dan+Kepuasan+Pelanggan.+Buku+%09unitomo+Press+Surabaya&f=false)
- Irawan. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Pustaka Media.. Yogyakarta
- Karim, M. W., Haque, A., Ulfy, M. A., Hossain, M. A., & Anis, M. Z. (2020). Factors Influencing The Use Of E-Wallet As A Payment Method Among Malaysian Young Adults. *Journal Of International Business And Management*, 3(2), 1–12. [https://Doi.Org/10.37227/Jibm2020-2-21/](https://doi.org/10.37227/Jibm2020-2-21/)
- Katherine Tanjung (2019). "Peran Mediasi Kepercayaan Pada Pengaruh Kualitas Website, Perceived Benefits, E-Wom, Keamanan Terhadap Minat Beli Secara Online (Studi Pada Konsumen Lazada Di Yogyakarta)".
- Kim, J. H., & Park, J. W. (2019). The Effect Of Airport Self-Service Characteristics On Passengers' Perceived Value, Satisfaction, And Behavioral Intention: Based On The Sor Model. *Sustainability (Switzerland)*, 11(19). [https://Doi.Org/10.3390/Su11195352](https://doi.org/10.3390/Su11195352)
- Kotler Dan Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas. Erlangga.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving From Traditional To Digital*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Kotler, Philip Dan Keller, Kevin Lane. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: Pt Indeks.
- Kotler, Phillip Dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: Pt. Indeks.
- Krathwohl, D. (2017). *Pembelajaran, Prngajaran, Dan Asesmen* . Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kurniawan, A. 2011. "Pembuatan Website Dengan Konsep Social Commercedan Document- Oriented Nosql Sebagai Failitas Berbagai Informasi". *Volume. 11 (2) 117-132*.
- Liu, C.-H., & Tsai, W.-S. (2010). The Effects Of Service Quality And Lifestyle On Consumer Choice Of Channel Types: The Health Food Industry As An Example. *African Journal Of Business Management*, 4(6), 1023–1039
- Ma, Y., & Hu, Y. (2021). Business Model Innovation And Experimentation In Transforming Economies : Bytedance And Tiktok. *Management And Organization Review*, May, 382–388. [https://Doi.Org/10.1017/Mor.2020.69](https://doi.org/10.1017/Mor.2020.69)

- Mansouri, H., Sadeghi Boroujerdi, S., & Md Husin, M. (2022). The Influence Of Sellers' Ethical Behaviour On Customer's Loyalty, Satisfaction And Trust. *Spanish Journal Of Marketing-Esic*, 26(2), 267-283.
- Mariah, M., & Nurbaiti, D. (2019). Pengaruh Persepsi Online Store Dan Offline Store Pada Persepsi Nilai Dan Dampaknya Terhadap Minat Beli Pada Produk Fashion. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 2(2), 215–222. <https://doi.org/10.36407/Jmsab.V2i2.113>
- Meng, L., Duan, S., Zhao, Y., Lü, K., And Chen, S. (2021). The Impact Of Online Celebrity In Livestreaming E-Commerce On Purchase Intention From The Perspective Of Emotional Contagion. *J. Retail. Consumer Serv.* 63, 102733. Doi: 10.1016/J.Jretconser.2021.102733
- Mitha, F., & Edy, Y. (2018). Pengaruh Online Consumer Review Oleh Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 58(1), 1–9
- Mutiara, M., & Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(2), 10–20. <https://doi.org/10.35137/Jmbk.V8i2.419>
- Nazarudin, H., & Widiastuti, T. (2022). Gaya Hidup Hedonisme Dan Perilaku Konsumtif Remaja Putri Kota Kupang. *Jurnal Ilmiah Aset*, 24(1), 29-35.
- Nismawati. (2018). No Titlenalisis Pengaruh Keamanan Dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Kota Makassar Denganminat Pembelian Sebagai Variabel Intervening.
- Nurmalasari, N., & Latifah, L. (2023). Pengaruh Keamanan, Kualitas Informasi Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Konsumen Tiktok Shop. *Jurnal Perspektif*, 21(1), 45-52.
- Nwankwo, S., Hamelin, N., & Khaled, M. (2014). Consumer Values, Motivation And Purchase Intention For Luxury Goods. *Journal Of Retailing And Consumer Services*, 21(5), 735-744.
- Pavlou, Paul A., Fygenson, M., 2006. Understanding And Predicting Electronic Commerce Adoption: An Extension Of The Theory Of Planned Behavior. *Mis Q.* 30 (1), 115–143. Jstor.
- Prakash, G., Singh, P. K., Ahmad, A., & Kumar, G. (2023). Trust, Convenience And Environmental Concern In Consumer Purchase Intention For Organic Food. *Spanish Journal Of Marketing-Esic*, 27(3), 367-388.
- Pranajaya, E., Setiawan, T., & Susetyo, D. P. (2021). Pentingnya Membangun Loyalitas Konsumen Melalui Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan: Survey Tentang Pelayanan Dan Loyalitas Pada Perusahaan Jasa. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(4), 304. <https://doi.org/10.32493/Drb.V4i4.10829>
- Puspasari, I., & Baihaqi, B. (2024). Pengaruh Kebermanfaatan, Kemudahan, Keamanan, Serta Kepuasan Pengguna Dan Kesiapan Teknologi Informasi Terhadap Penggunaan E-Filing Pada Wajib Pajak Polri. *Journal Of Economic, Bussines And Accounting (Costing)*, 7(3), 4724-4737.

- Quintus, M., Mayr, K., Hofer, K. M., & Chiu, Y. T. (2024). Managing Consumer Trust In E-Commerce: Evidence From Advanced Versus Emerging Markets. *International Journal Of Retail & Distribution Management.*, M., Mayr, K., Hofer, K. M., & Chiu, Y. T. (2024). Managing Consumer Trust In E-Commerce: Evidence From Advanced Versus Emerging Markets. *International Journal Of Retail & Distribution Management.*
- R. I. Aisyah And T. Suhaeni, "Nilai Yang Dirasakan Dari Produk Sepatu Dan Niat Pembelian Kembali Konsumen," *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, Vol. 5, 2019.
- Rahmi Dan Safitri. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Minat Beli Masyarakat secara Online. *Al-Ijtima`I: International Journal Of Government And Socialscience*, 6 (1), 29–42. <https://doi.org/10.22373/jai.v6i1.665>
- Ratiwi, R., Anggriani, R. A., Mawati, W. A., & Hasan, Z. (2024). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Transparansi Transaksi Dalam Jual Beli Syariah Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Musyteri: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 5(9), 137-147.
- Repi, O. W., Lumanaw, B., & Wenas, R. S. (2020). Pengaruh Bauran Promosi, Kesadaran Merek Dan Persepsi Nilai Terhadap Minat Beli Di Bukalapak Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(4), 110–119.
- Rosdiana, R., & Haris, I. A. (2018). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *International Journal Of Social Science And Business*, 2(3), 169–175.
- Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2019). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 318-330
- Sa'adah, A. N., Rosma, A., & Aulia, D. (2022). Persepsi Generasi Z Terhadap Fitur Tiktok Shop Pada Aplikasi Tiktok. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 131–140. <https://doi.org/10.55047/Transekonomika.V2i5.176>
- Salisbury, W. D., Pearson, R. A., Pearson, A. W., & Miller, D. W. (2001). Perceived Security And World Wide Web Purchase Intention. *Industrial Management & Data Systems*, 101(4), 165-177.
- Sandora, M. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian. *Riau Economic And Business Review*, 11, 291-310.
- Sari Dan Rodhiah. 2020. Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, Dan Kinerja Operasional Terhadap Minat Beli Pelanggan Lazada. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, Vol. II No. 4. Hal. 897-905.
- Saripudin, S., & Faihaputri, N. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Di E-Commerce Jd. Id). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(02), 458765.

- Schwarz, F., Derks, J., Monje, A., & Wang, H. L. (2018). Peri-Implantitis. *Journal Of Clinical Periodontology*, 45 September 2017, S246–S266. <https://doi.org/10.1111/jcpe.12954>
- Shukla, P., 2012. The Influence Of Value Perceptions On Luxury Purchase Intentionsconsumption On Subjective Well-Being. *J. Happiness Stud.* 13 (3), 411–437. In *Developed And Emerging Markets. Int. Market. Rev.* 29 (6), 574–596.
- Singh, S. Et Al. (2021) “Assessing Determinants Influencing Continued Use Of Live Streaming Services: An Extended Perceived Value Theory Of Streaming Addiction,” *Expert Systems With Applications*, 168, Hal. 114241. Tersedia Pada: <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2020.114241>.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukitman, T. (2016). Internalisasi Pendidikan Nilai Dalam Pembelajaran (Upaya Menciptakan Sumber Daya Manusia Yang Berkarakter). *Jurnal Pendidikan Sekolah Dasar Ahmad Dahlan*, 2(2), 85-96.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran (4 Ed.)*. Andi Offset.
- Tran, V. D., & Nguyen, T. D. (2022). The Impact Of Security, Individuality, Reputation, And Consumer Attitudes On Purchase Intention Of Online Shopping: The Evidence In Vietnam. *Cogent Psychology*, 9(1), 2035530.
- Umar Bakti, H., & Alie, M. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada Di Bandar Lampung. In *Jurnal Ekonomi (Vol. 22, Issue 1)*. <https://mediakonsumen.com/2018/05/14/sur>
- Varma, M., Kumar, V., Sangvikar, B., & Pawar, A. (2020). Impact Of Social Media, Security Risks And Reputation Of E-Retailer On Consumer Buying Intentions Through Trust In Online Buying: A Structural Equation Modeling Approach. *Journal Of Critical Reviews*, 7(1), 119–127. <https://doi.org/10.22159/jcr.07.01.22>
- Watson, G.F., Beck, J.T., Henderson, C.M. And Palmatier, R.W. (2015), “Building, Measuring, And Profiting From Customer Loyalty”, *Journal Of The Academy Of Marketing Science*, Vol. 43 No. 6, Pp. 790-825.
- Wening, S. (2023). *Nilai Pendidikan Konsumen*. Yogyakarta: Pt Kanisius.
- Wijaya, T., & Paramita, L. (2014). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian Kamera Dslr. *Seminar Nasional Dan Call For Paper (Sancall 2014): Research Methods And Organizational Studies*, 1(9), 12–19
- Xie, Q., Song, W., Peng, X., And Shabbir, M. (2017). Predictors For E-Government Adoption: Integrating Tam, Tpb, Trust And Perceived Risk. *Electron. Lib.* 35, 2–20. Doi: 10.1108/El-08-2015-0141
- Yani, M. I., & Sugiyanto. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Citra Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Edwin Jeans Indonesia

- Pada E- Commerce Shopee. *Sinomika Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 443–472. <https://doi.org/10.54443/Sinomika.V1i3.285>
- Yani, T. E., & Kuswardani, Dc. (2021). Menggali Persepsi Kualitas Layanan, Persepsi Nilai Pelanggan, Dan Keputusan Pembelian Kembali Pada Pendidikan Tinggi. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 14(3): 192- 200.
- Yu, W., Han, X., Ding, L., & He, M. (2021). Organic Food Corporate Image And Customer Co-Developing Behavior: The Mediating Role Of Consumer Trust And Purchase Intention. *Journal Of Retailing And Consumer Services*, 59, 102377.
- 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 : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 90. <https://doi.org/10.24269/Iso.V3i1.243>
- Yunitasari, D., & Lestariningsih, M. (2018). Pengaruh Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restaurant Kfc. 5, 1–16.
- Zhou, R., & Tong, L. (2022). A Study On The Influencing Factors Of Consumers' Purchase Intention During Livestreaming E-Commerce: The Mediating Effect Of Emotion. *Frontiers In Psychology*, 13, 903023.