

DAFTAR PUSTAKA

- Lestari, Reni. 2020. "Survei UNCTAD : Pandemi Mengubah Tren Belanja Online". Dalam *Bisnis.com*, 13 Oktober 2020. Jakarta.
- Santia, Tira. 2020. "Aktivitas Belanja Online Naik 28,9 Persen saat Pandemi Corona". Dalam *Liputan6.com*, 09 Juni 2020. Jakarta.
- iMarketology. 2020. "Data Tentang Pasar Online Indonesia dan Global". Dalam *MarketingCraft*, 19 Mei 2020. Jakarta.
- Utama, Lazuardhi. 2020. "Belanja Online Didominasi Generasi Milenial dan Z". Dalam *Viva.co.id*, 11 Agustus 2020. Jakarta.
- Nugroho, A. K., & Sari, P. K. (2016). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS WEBSITE, KEPERCAYAAN, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TOKOPEDIA Furi*. 3(3), 2930–2937.
- Piarna, Rian. (2016). Pengaruh Kualitas Website Terhadap Kepercayaan Pelanggan Dalam Menentukan Keputusan Bertransaksi Pada *E-Commerce*. Vol.1., No. 2, pp 1-7.
- Fatmala, W. S., Suprpto., & Rachmadi, A. (2018). Analisis Kualitas Layanan Website *E-Commerce* Berrybenka Terhadap Kepuasan Pengunjung Menggunakan Metode WebQual 4.0 dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Vol. 2, No. 1, pp 175-183, 2548-964X.
- Hidayah, A. A., & Suliyanto. (2019). Kualitas *Website* , Merek *Website*, Reputasi, Rasa Percaya, Dan Risiko Yang Dirasakan Yang Mempengaruhi Niat Beli Produk *Fashion Online Shop*. Vol 5. No. 1, pp 1-8, 2477-2275, 2685-7057.
- Yunita, N., Komarudin, M., & Brawijaya, A. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Layanan *Website* Bank Syariah Terhadap Perolehan Informasi Nasabah (Studi BNI Syariah Kota Bogor). Vol. 6. No. 1, pp 1-30.

- Firdayanti, R. (2012). Persepsi Risiko Melakukan *E-Commerce* Dengan Kepercayaan Konsumen Dalam Membeli Produk *Fashion Online*. 2252-6838.
- Kurniawan, R., Kusumawati, A., & Priambada, S. (2018). Pengaruh *Website* (WebQual 4.0) Terhadap Kepercayaan Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Pada *Website E-Commerce* (Studi Pada Konsumen PT. B). Vol. 62. No. 1, pp 1-9.
- Naomi, P. E., Baraba, R., & Saputra, M.H. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Berbelanja Secara *Online* (Studi Pada Pengguna Situs Jual Beli *Online* Kaskus.co.id di Purworejo). Pp 1-12.
- Kurniawan, R., Kusumawati, A., & Priambada, S. (2018). Kepercayaan dan Dampaknya pada Keputusan pembelian online pada *Website E-commerce* (Studi pada Konsumen PT . B). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 62(1), 198–206. *E-COMMERCE*
- Naomi, P. E., Baraba, R., & Saputra, M. H. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Berbelanja Secara Online. *SEGMENT Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 12(1D), 1–12.
- Saidani, B., Lusiana, L. M., & Aditya, S. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Website dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang pada Pelanggan Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(2), 425–444.
- Siagian, H., & Cahyono, E. (2014). Analisis Website Quality, Trust Dan Loyalty Pelanggan Online Shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 55–61. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.8.2.55-61>
- Adabi, N. (2020). Pengaruh citra merek , kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok Influence of brand image , service quality and consumer

confidence on indihome purchasing decisions at telkom telecommunications. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 32–39.

Budi, R. F. Pengaruh Kualitas Web Terhadap Tingkat Kepuasan Penggunaan *Google Scholar* (Studi Pada Mahasiswa Unair Sebagai Penunjang Kegiatan Akademis). pp 1-20

Pratiwi, H. D., Silviandari, I. A., & Ilhamuddin. (2012). Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kualitas Website Terhadap Tingkat Kepercayaan Konsumen Dalam Bertransaksi Secara Online. *Academia.Edu*, 1–23.

Periantalo, J. (2017). Penelitian Kuantitatif Untuk Psikologi. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.

Sugiyono. (2009). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Amirullah. (2015). *Populasi dan Sampel*. Bayumedia Publishing Malang.

Kusuma, R. R. (2017). Hubungan Antara Kepercayaan Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Mahasiswa Fakultas Psikologi Pengguna *Smartphone* Iphone Di Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta, 1-19.

Arum, D. S. (2013). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Website Terhadap Sikap Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Online "My Sorella". Semarang, 1-61

Maulida, H. (2017). Persepsi Mahasiswa Terhadap Penggunaan Google Translate Sebagai Media Menerjemahkan Materi Berbahasa Inggris. Vol.7 , No.1, pp 1-11.

Hutahaean, E. S. H, & Abdillah, R. (2016). Buku Pegangan Kuliah Psikologi Sosial1. Jakarta: Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.