

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, N., Fauzi, A., & Nuralam, I. P. (2018) Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Biaya Beralih, dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis* 64(1), 92-101
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*. PT RINEKA CIPTA: Jakarta
- Azwar, S (2012) *Penyusunan Skala Psikologi*. PUSTAKA PELAJAR: Yogyakarta
- Ballester, E. D., Aleman, J. L. M., & Guillen, M. J. Y. (2003) Development and validation of a brand trust scale. *International journal of market research* 45(1), 35-54
- BPKN (2020) *BPKN: Pengaduan E-commerce 2020 Melonjak Didominasi Phising dan OTP* retrieved from: <https://www.bpkn.go.id/posts/show/id/1653>
- Budiman, A. (2006). *Kebebasan, Negara, dan Pembangunan*. Jakarta: Alfabet
- Chang, H. H., & Liu, Y. M. (2009). The impact of brand equity on brand preference and purchase intentions in the service industries. *Service Industries Journal*, 29(12), 1687–1706. <https://doi.org/10.1080/02642060902793557>

- Creswell, J. W. (2019). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. PUSTAKA PELAJAR: Yogyakarta.
- Daldiyono. 2009. *How to Be a Real and Successful Student*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Delgado. B., & Aleman, M.. (2005). Does brand trust matter to brand equity. *The Journal of Product and Brand Management*. 14(2/3), pp. 187-196
- Dewi, A. K., & Artanti, Y. (2020) Peran *Online Customer Review, City Image* dan *Perceived Price* terhadap *Purchase Intention* pada Wisata Kuliner Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*. 9(1), 88-100
- Fauzan.A. (2017). Niat Beli Konsumen terhadap Sabun Lux Ditinjau dari Kredibilitas Selebriti, Citra Visual, dan Citra Verbal Iklan. *Tesis*. Yogyakarta: Universitas Mercu Buana.
- Handayani, S (2018) Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis *E-Commerce* Studi Kasus Toko Kun Jakarta. *ILKOM Jurnal Ilmiah* 10 (2), 182-189
- Harris, L. C., & dan Goode, M. M. (2010) Online Servicescapes, Trust, and Purchase Intentions. *Journal of Services Marketing*, 24 (3), 230-243
- Haryanto, M. V., & Subagio, H. (2013) Analisa Pengaruh kepercayaan terhadap Tenaga Penjual (*Trust In Employee*), dan Kepercayaan terhadap Merek (*Trust in Brand*) terhadap Niat Beli (*Purchase Intention*) Konsumen pada *Bernini Furniture* di Surabaya dan Semarang. *Jurnal Strategi Pemasaran* 1(2), 1-12

- Herdianti, R. D. T., & Nurhadi. (2021) Pengaruh Kepribadian Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek pada Pelanggan Mcdonald's di Surabaya. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas* 23(2), 349-360
- Hendratmo, Y. K., Purbandari, T., & Mujilan, A. (2013) Pengaruh *Structural Assurance* dan *Perceived Reputation* terhadap *Trust* Pengguna Internet di Sistem *E-commerce*. *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi* 1(1), 81-88
- Jundrio, H., & Keni, K. (2020) Pengaruh *Website Quality*, *Website Reputation* dan *Perceived Risk* terhadap *Purchase Intention* pada Perusahaan *E-Commerce*. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis* 4(2), 229-239
- Khasanah, S. W. M., & Sudarwanto, T. (2021) Pengaruh Harga Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Hand Sanitizer Dettol Secara Online Pada Masa Pandemi Covid-19 di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 9(3), 1383-1389
- Katadata (2020) 10 E-commerce dengan Pengunjung Terbesar pada Kuartal IV 2020 dari : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/11/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbesar-pada-kuartal-iv-2020>
- Katadata (2020) Ragam Alasan Konsumen Pilih Berbelanja *Online* dari : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/ragam-alasan-konsumen-pilh-berbelanja-online#:~:text=Alasan%20Konsumen>
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008) A Trust-Based Consumer Decision-Making Model in Electronic Commerce: The Role of Trust, Perceived Risk, and Their Antecedents. *Decision support systems* 44(2), 544-564

- Kimery, K. M., & McCord, M. (2002). Third-party Assurances: The Road to Trust in Online Retailing. *Journal of Information Technology Theory and Application*, 4(2), 1-10
- Lau, T.G. & Lee, H.S. (1999), "Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty," *Journal of Market Focused Management*. Vol 4, pp. 341 –370
- Masitoh, M. R., Wibowo, H. A., & Ikhsan, K. (2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Aplikasi Mobile Shopee. *Jurnal Sains Manajemen* 5(1), 101-119
- Mills, G.E, dan Gay, L.R. (2019). *Educational Research, Competencies for Analysis and Applications. 12th*. Pearson Education, Inc: USA
- Minanda , A., Roslan, S., dan Anggraini, D. (2018). Pengaruh Konsumtif Belanja Online pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo, *Jurnal Neo Societal*, 3(2), 433-440
- Munawar, A., Suryana., & Hurriyati, R. (2020) Pengaruh Pemasaran Jejaring Media Sosial terhadap Niat Beli Konsumen (Survei pada Mahasiswa STIE Wikara). *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik Indonesia* 7(1), 77-87
- Nasution, L. M. (2017) Statistik Deskriptif. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 49-55
- Papalia, D. E., Olds, S. W., & Feldman, R. D. (2008). *Human Development (10th Ed.)*. New York: Mc. Graw Hill.

- Pavlou, P. A. (2003) Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk With the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce* 7(3), 101-134
- Pavlou, P. A., & Gefen, D., (2004). Building Effective Online Marketplaces with Institution-based Trust. *Information systems research* 15 (1), 667-675
- Priansa, D. J. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Permatasari, R. (2020) Studi Deskriptif Dampak Psikologis Mahasiswa Program Studi Bimbingan dan Konseling Universitas PGRI Banyuwangi dalam Penyusunan Skripsi di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Bina Ilmu Cendekia* 2 (1), 127-14
- Rahmi, S., & Amalia, R. (2018) Pengaruh E-WOM terhadap Citra Perusahaan dan Dampaknya terhadap Niat Beli Konsumen pada Situs Online Shopee. ID. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen* 3(2), 75-84
- Rangkuti, A. A., & Wahyuni, L. D. (2017). *Analisis Data Penelitian Kuantitatif Berbasis Classical Test Theory dan Item Response Theory (Rasch Model)*. Jakarta: Fakultas Ilmu Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
- Real (2021) *Korban Penipuan, Saldo ShopeePay Raib 2,4 Juta Rupiah*. Dari : <https://mediakonsumen.com/2021/01/24/surat-pembaca/korban-penipuan-saldo-shopeepay-raib-24-juta-rupiah>
- Ridwan, L. M., Solihat, A., & Trijumansyah, A. (2018) Pengaruh Product Knowledge dan Brand Association Terhadap Purchase Intention Kawasan Kampung Kreatif Dago Pojok. *Jurnal Pariwisata* 5(1), 68-82.

- Sari. (2013) Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek (Studi pada Mahasiswa SI Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Tahun 2009/2010 Pengguna Handphone Nokia). *Jurnal Administrasi Bisnis* 5(2), 1-7
- Sari, M. I., & Keni. (2019) Pengaruh *Information Quality* dan *Relationship Quality* terhadap *Uncertainty Reduction* dan *Purchase Intention*. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis* 3 (1), 112-121
- Sarwono. (2008). Pengertian Mahasiswa. <http://www.pengertian./2014/11/kenali-pengertian-mahasiswa-dan-menurut-paara-ahli.html>. Diakses pada tanggal 5 Maret 2020.
- Setiadi. N. J. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana
- Sirclo. (2020) *Jumlah Pengguna E-Commerce Indonesia di Tahun 2020 Meningkat Pesat* dari : <https://www.sirclo.com/jumlah-pengguna-e-commerce-indonesia-di-tahun-2020-meningkat-pesat/>
- Stevina, E. (2015) Pengaruh *Brand Identity* terhadap *Purchase Intention* melalui *Trust* di UD. Makin Hasil Jember. *Jurnal Strategi Pemasaran* 3(1), 1-8
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA
- Sugiyono. (2012). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: ALFABETA
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA

Suharyanto (2020) *Seller di Shopee Tak Kirimkan Barang Pesanan, Status Sudah Diterima*. Dari : <https://news.detik.com/suara-pembaca/d-4973713/seller-di-shopee-tak-kirimkan-barang-pesanan-status-sudah-diterima>

Supranto, J. (2000). *Teknik sampling untuk Survei dan Eksperimen*. Rineka Cipta Jakarta

Suwarsih, N., Gunawan, T., & Istiharini. (2021) Pengaruh Media Sosial terhadap Citra Merek dan Niat Beli. *Journal of Economic, Business and Accounting* 4(2), 712-730

