

DAFTAR PUSTAKA

- A, Aptaguna dan Pitaloka. E. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. *Widyakala* Volume 3 Maret 2016 ISSN : 2337-7313.
- Agustina, Lidya, Alifia Oktrina Fayardi dan Irwansyah Irwansyah 2018. Online Review: Indikator Penilaian Kredibilitas Online Dalam Platform E-Commerce. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Volume 15, Nomor 2, Desember 2018: 141-154 DOI: 10.24002/Jik.V15i2.1320
- Algadri, Bizary, Indrawati, dan Tjahjodo Djatmiko. 2016. Pengaruh faktor-faktor pembentuk kepercayaan terhadap kepercayaan individu melakukan pembelian secara online di kota bandung. *E-proceeding of management*. Vol. 3, No. 2 Agustus 2016. ISSN: 2355-9357
- Anonim. 2014. Pengertian testimony yang dimaksud. <https://www.tutorilio.com/2014/05/pengertian-testimony-yang-dimaksud.html?m=1> (diakses 27 november 2020).
- Anwar, Rosian dan Wijaya Adidarma. 2016. Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Pada Minat Beli Belanja Online. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya* Vol. 14 No.2 Juni 2016.
- Awallia, D. L. 2018. Pengaruh Testimoni Dan Selebgram Endorsment Terhadap Minat Pembelian Pada Online Shop Melalui Media Sosial Instagram Mahasiswa Fakultas Syariah Iain Ponorogo. *Skripsi*. Ponorogo; Fakultas Syariah Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo.
- Ayuningrum, Shinta. 2016. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Sebelumnya, Kepercayaan Konsumen, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Dalam Transaksi Belanja Online (studi pada produk fashion di area semarang). *Diponegoro journal Of Management*, Volume, Nomor 2, tahun 2016. ISSN (Online): 2337-3806.
- Bakti, Umar, Hairudin dan Maria Septijantini Alie. 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung*. *Jurnal Ekonomi*, Volume 22 Nomor 1, Pebruari 2020
- Chen, Y. H., dan Barnes, S. 2007. Initial trust and online buyer behavior. *Industrial Management and Data Systems*, 107(1), 21-36. DOI: [10.1108/02635570710719034](https://doi.org/10.1108/02635570710719034)

- Damayanti, Rizka Sri. 2019. Pengaruh *Online Customer Review And Rating, Eservice Quality Dan Price* Terhadap Minat Beli Pada Online Marketplace Shopee. *Skripsi*. Magelang; Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Magelang.
- Dewa, Ndaru Kusuma. 2009. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Starone Di Area Jakarta Pusat). *Tesis*. Semarang; Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro.
- Dodds, William, B Kent, B Monroe dan Dhruv Grewal. 1991. Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers Product Evaluations. *Journal of Marketing Research*, Vol. 28, pp. 307-1
- Doney, P.M., dan Cannon J.P. 1997. An Examination of The Nature of Trust in Buyer – Seller Relationship. *Journal of Marketing* April, pp.35-51 (jstor.org)
- Dwita, Irene Putri Sari, Nobelson dan Rosali Sembiring 2017. Pengaruh Harga (Price), Kenyamanan Konsumen (Customer Convenience) Dan Kepercayaan (Trust) Terhadap Minat Beli Di Lazada.Co.Id. *Jurnal ISEI Business and Management Review Vol. 1, No. 2, September 2017*
- Gefen, David, Elena Karahanna dan Detmar W. Straub. 2003. *Trust And Tam In Online Shopping: An Integrated Model*. *MIS Quarterly* Vol. 27 No.1, pp. 51-gO/March 2003.
- Ghozalii, imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Griffith, A. 2011. *Jurus Rahasia Membangun Bisnis Hebat dengan Cara Cerdas, Mudah dan Cepat,* vol. (4), Jakarta: Tangga Pustaka
- Gustio, Faris Yusuf. 2015 Pengaruh Layanan Dan Testimoni Pada Bisnis Mikro Secara Online Terhadap Kepercayaan Konsumen. *Skripsi*. Banjarmasin; Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam
- Hair, Joseph F, William C. Black dan Barry J. Babin 2010. *Multivariate Data Analysis 7th Edition*, Englan: Pearson Education Limited, Harlow
- Harris, Lloyd C. dan Goode, M. M. H. 2010. *Online servicescapes, trust and purchase intentions*. *Journal of Service Marketing*, 24(3), 230–243. <http://doi.org/10.1108/08876041011040631>
- Herdioko, Jonathan. 2017. Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Berbelanja Produk Kopi Secara Daring: Studi Kasus

Pada Situs Internet Otten Coffee. *JRMB*, Volume 12, No. 2, Desember 2017.

Japariato, Edwin dan Stephanie Adelia. 2020. Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 14, No. 1, April 2020, 35-43 P-Issn 1907-235x/ E-Issn 2597-615x.

Jarvenpaa, S. L., Noam Tractinsky dan Michael R. Vitale 2000. Consumer Trust in an Internet store. *Journal of Information Technology Management*, 1,45–71. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101...Back>

Kotler, Philip dan Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Kedelapan*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid 2. Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Koufaris, M. dan Hampton Sosa W. 2004. The development of initial trust in an online company by new customers. *Information and Management*, 41(3), 377–397. <https://doi.org/10.1016/j.im.2003.08.004>

Kurniawan, Wahyu. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepercayaan (Studi kasus terhadap Dua Merk Notebook). *Skripsi*. Surakarta. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Lee, Monle dan Clara Jhonson. 2007. *Prinsip-prinsip pokok periklanan dalam perspektif global*. Jakarta: Kencana media group.

Lesmana, Satria Indra. 2018. Pengaruh Testimony Produk Terhadap Minat Beli Konsumen dalam Jual Beli Online (Instagram) Pada Akun @Depirtn. Mataram: *Skripsi*. Mataram; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri UIN Mataram.

Maya, Gita Novia Sutiaris. 2017. Pengaruh persepsi harga dan kepercayaan terhadap minat beli secara online studi kasus pada produk fashion online di Kota Bandung. *Skripsi*. Bandung; Sekolah Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Widyatama.

Moorman, Rohit Deshpande, dan Gerald Zaltman 1993. “Factors Affecting Trust in Market Research Relationships”, *Journal of Marketing*, Vol. 57, January, pp. 81-101,1993.

Nasir, Akhmad. 2019. Pengaruh Kepercayaan Dan Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Purchase Intention (Studi Pada Pelajar Kampung

Inggris Pare-Kediri). *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri* Vol. 4, No. 1, April 2019: 63-75 P-ISSN: 2502-9304 E-ISSN: 2581-2157 DOI <http://dx.doi.org/10.30737/>

- Nonis, Maria Febriani. 2019. Pengaruh Persepsi Kamanan, Kemudahan Bertransaksi dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli secara Online pada Marketplace Shopee. *Skripsi*. Yogyakarta; Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta.
- Nur, Achmad Mustofa. Saladin Ghalib dan Setio Utomo. 2020. Pengaruh promosi dan Harga Terhadap Minat beli Yang dimediasi oleh Kepercayaan pada pelanggan Indihome Di Kota Palangka Raya (Studi Emperis pada PT. Telkom Provinsi Kalimantan Tengah). *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*. Vol 9, No. 1, ISSN 2541-1403, E-ISSN 2541-187x
- Nusarika, Luh Alviolita Kusuma dan Ni Made Purnami. 2015. "Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan, dan Orientasi Belanja Terhadap Niat Beli Secara Online (Studi pada Produk Fashion Online di Kota Denpasar)", *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol. 4(8), pp. 2380-2406.
- Perwira, Riski Adi. 2017. Pengaruh Kepercayaan, Harga, Dan Kemudahan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Online (Studi Pada Toko Online Olx.Co,Id). *Skripsi*. Yogyakarta; Fakultas Ekonomi Universitas Pgrri Yogyakarta.
- Purbohastuti, Arum Wahyuni. 2017. Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa Ekonomika* Vol. 12, No. 2, Oktober 2017.
- Putra, A Hendik Purbaya Mahadi. 2019. Pengaruh Percieved Quality, Harga Dan Lifestyle Terhadap Minat Beli Produk Oldman.Co. *JMM Online* Vol. 3 No. 11 November 2019 1038-1054.
- Putri, Ardila Diana. 2019. Pengaruh Penggunaan Testimoni Pembeli Terhadap Tingkat *Brand Trust* Pada Pembeli Online (Survei Terhadap Pembeli Online Shop Shopee Pada Mahasiswa Di Kecamatan Depok): *Skripsi*. Yogyakarta; Fakultas Ilmu Sosial, Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Putri, Deliana Mahyani. 2016 Pengaruh Online Shopping Enjoyment Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Pembelian Produk Fashion Hijab Di Social Commerce (Survei Pada Anggota Fan Page Facebook Dan Followers Instagram Hijabers Community). *Skripsi*. Bandung; Fakultas Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia Bandung.

- R.a.p, Moh Martono dan Sri Setyo Iriani. 2014. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan. *Jurnal Ilmu Manajemen* | Volume 2 Nomor 2 April 2014.
- Riadi, Muchlisin. 2018. Aspek, jenis tahapan dan faktor yang mempengaruhi minat beli. <https://www.kajianpustaka.com/2018/12/aspek-jenis-tahapan-dan-faktor-yang-mempengaruhi-minat-beli.html?m=1> (diakses 11 Desember 2020).
- Rosaria, Abetha Alma. 2020 Pengaruh Celebrity Endorser, Testimoni, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Konsumen Pada Bisnis Mikro Di Media Sosial Instagram. *Skripsi*. Lampung; Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas lampung.
- Russel J. Thomas dan Lane Ronald. 1997. *Tata Cara Periklanan Kleppner Edisi Kedua Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia
- Saqib, K. A. M. M. K. dan M. H. 2015. *Impact of Consumer Inertia on Purchase Intention under the Influence of Subjective Product Knowledge*. . . *International Journal of u- and e- Service, Science and Technology*, Vol.8, No., 293–298.
- Satria, Arief Adi. 2017. Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. :*Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* Volume 2, Nomor 1, April 2017.
- Schiffman, Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk. 2006. *Perilaku Konsumen (Edisi 7)*. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ke 7. Jakarta: PT Indeks
- Setiawan, Ricky dan Adrian Achyar. 2012 *Effects of Perceived Trust and Perceived Price on Customer Intention to Buy in Online store in Indonesia*. *Asean Marketing Journal* June 2012 - Vol.IV - No. 1 DOI: [10.21002/amj.v4i1.2029](https://doi.org/10.21002/amj.v4i1.2029)
- Setiawati, S. 2015. Pengaruh Testimonial Produk Pakaian Terhadap Tindakan Membeli Secara Online (Survei Mengenai Pelanggan Online Shopping Dilingkungan Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Angkatan 2011-2013. Serang: *Skripsi*, Serang; Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Siagian, H., dan Cahyono E. 2014. Analisis *Website Quality*, *Trust* Dan *Loyalty* Pelanggan Online Shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 55– 61.
- Stanton, William J, 1996, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1 Edisi ke-3, Jakarta: Erlangga

- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Supriyono. 2010. Kepercayaan Dan Minat Beli Di Sub Forum Jual Beli Www.Kaskus.Ua. *Jurnal Riset Ekonomi & Bisnis* Vol. 10, No. 2, September 2010 ISSN: 1979-7117.
- Swisstiani, Febby. 2014. Pengaruh Persepsi Harga, Efektivitas Iklan Internet Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Online Zalora. *Skripsi*. Yogyakarta; Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta Program Studi Manajemen.
- Syifa, Ahmad, Budi Heryanto dan Sri Rochani. 2018. Pengaruh Testimonial Dan *Electronic Word Of Mouth* (Ewom) Terhadap Purchase Intention (Studi Pada Toko Online Shop La Florist). *Jimek*–Volume 1 Nomor 1 Juli 2018. E-Issn : 2621-2374.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset
- Ujia, Nia dan Rr. Siti Munawaroh. 2018. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli Online. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi* Oktober 2018, Volume 19 Nomor 2.
- Waqhidah, F. Z. 2019. Pengaruh Testimoni Pembeli dan Kualitas Barang Terhadap Minat Pembelian Pada Online Shp Melalui *MarketPlace* Shopee Mahasiswa Fakultas Syariah Iain Ponorogo. Ponorogo: *Skripsi*. Ponorogo; Fakultas Syariah .Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (Iain) Ponorogo.
- Widhiarti, Any. 2016. Pengaruh Jasa Layanan, Harga, Proses Terhadap Kepercayaan Penggunaan Ulang Masyarakat Pada Advokat Di Kabupaten Jember. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*. Vol.10, No. 2 Tahun 2016
- Wijaya, Megawati, dan Farida Jasfar. 2014. Pengaruh Rancangan Situs, Harga, Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Pembelian Produk Fashion Melalui Online Shopping. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa* Volume 7, No.2 Tahun 2014.
- Yahya, Muhammad. (2017), “Analisis Persepsi Petani Tentang Keaslian dan Mutu Serta Pengaruhnya Terhadap Harga dan Kepercayaan Konsumen Beras Pandanwangi”, *Agroscience*, Vol. 7, No. 2, 255 - 265

Yusnidar, Samsir, dan Restuti, S. 2014. Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online di Kota Pekanbaru. *Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan*, IV(12), 311–329.