

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung, R. F. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Presepsi akan Risiko terhadap Keputusan Pembelian Tiket secara Online melalui Jasa Traveloka di Solo. *Ayan*, 8(5), 55.
- Alghifari, A. Y., & Rahayu, T. S. M. (2021). Pengaruh Diskon, Kualitas Website, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee: Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 15(2), 223-236.
- Alma, B. (2016). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Cetakan 5. Bandung: CV Alfabeta. In *Bandung: CV Alfabeta*.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arief Budiyanto. S. E. I., M. M., & Denok Sunarsi, S. P. M. M. C. H. (2017). Pemasaran Jasa: Pengertian Dan Perkembangan.
- Asih, R. R. D., & Pratomo, L. A. (2018). Peran Mediasi E-Satisfaction Dan E-Trust Terhadap E-Loyalty. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 11(1), 125. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v11i1.2537>
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS* (E. Risanto (ed.)). ANDI.
- F.David Schoorman, Roger C. Mayer, and James H. Davis, "An Integrative Model of Organizational Trust: Past, Present, and Future," *Academy of Management Review* Vol. 32, no. No.2
- F.David Schoorman, Roger C. Mayer, and James H. Davis, "An Integrative Model of Organizational Trust: Past, Present, and Future," *Jurnal Academy of Management Review*, No.2, Vol. 32 (2007), hal.346.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). Manajemen Pemasaran (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan) (D. Fatihudin & A. Firmansyah (eds.); 1st ed.). CV BUDI UTAMA.
- Ferdinand A. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis, Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro Press.
- Hasibuan, S. N. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Harga dan Kualitas Website Terhadap Kepuasan Pelanggan Traveloka di Kota Medan. *Manajemen Pemasaran*, 25–44.
- Hongjoyo, R. L. Y., Mangantar, M., & Arie, F. V. (2020). *R . L . Y . Hongjoyo ., M . Mangantar ., F . V . Arie Analysis Of E-Trust , Perceived Risk , And*

*Information Quality Influences Toward Customer Purchasing Decisions Of Shopee Analisis Pengaruh Kepercayaan , Persepsi Resiko , Dan Kualitas Informasi Jurnal . 10(1), 548–557.*

- I Putu Agus Swastika, M. K., I Gusti Lanang Agung Raditya Putra, S. P. M. T., Pramesta, A., OFFSET, C. V. A., & Primakara, S. (2016). Audit Sistem Informasi dan Tata Kelola Teknologi Informasi: Implementasi dan Studi Kasus. In *Andi*.
- Indriartoro, N., & Supomo, B. (2016). Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen Edisi Pertama. In *Yogyakarta: BPFEBPFE*.
- Juliana, D. (2021). *Pengaruh Digital Marketing, Service Quality Dan E-Trust Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Layanan Go Food.Pdf*.
- Laksana (2019:129). (2021). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Wedding Organizer (Studi Pada Konsumen Art Project Lampung di Kecamatan Trimurjo Lampung Tengah). *Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952.*, 2013–2015.
- Latifah, N. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Website Traveloka Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pt . Walet Angkasa Tarvel Noor Latifah Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Kalimantan Muhamad Arsyad Al-Banjari Pengaruh Kualitas W. 1–11.*
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset Untuk Ekonomi & Bisnis: Teori, Konsep & Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengelolaan Data dengan IBM SPSS 22.0)*. Bandung: Alfabeta.
- Lie,N. T. N. D., Gandasari, D., & Simarmata, H. M. P. (2014). *Pemasaran Jasa*.
- Lukman, A., & Suryawardani, B. (2020). Pengaruh Website Quality Terhadap E-purchase Decision Pada Website Custommice Project Tahun 2020. *eProceedings ...*, 6(2), 2836–2843.
- Lupiyoadi, R., & Ikhsan, R. B. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis (D. A. Halim (ed.); 1st ed.)*. Salemba Empat.
- Machfoedz, M. (2005). *Pengantar Pemasaran Modern (Pertama)*. Unit Penerbit Dan Percetakan.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi*. Bandung: Alfabeta.
- Megawati, Y. (2019). Pengaruh Kualitas Website Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Pemesanan Kamar Hotel Pada Situs Traveloka. *Journal FAME: Journal Food and Beverage, Product and Services, Accomodation Industry*,

- Entertainment Services*, 1(2). <https://doi.org/10.30813/fame.v1i2.1426>
- Minarto, A. H., Felita, E., & Thio, S. (2021). Kepercayaan Dan Sikap Konsumen Terhadap Minat Pemesanan Hotel Di Traveloka. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 7(1), 1–9. <https://doi.org/10.9744/jmp.7.1.1-9>
- Novitasari, P., & Sonja, A. (2021). No Title No Title No Title. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1(9), 5–24.
- Nusarika, L., & Purnami, N. (2015). Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan, Dan Orientasi Belanja Terhadap Niat Beli Secara Online (Studi Pada Produk Fashion Online Di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(8), 254393.
- Park, H., & Blenkinsopp, J. (2009). Whistleblowing as planned behavior - A survey of south korean police officers. *Journal of Business Ethics*, 85(4), 545–556. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9788-y>
- Pasa, E. G., Wulandari, J., & Adistya, D. (2020). Analisis E-Trust, E-Wom Dan E-Service Quality Dalam Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Perspektif Bisnis*, 3(2), 63–75. <https://doi.org/10.23960/jpb.v3i2.19>
- Pramudya, F. A. (2020). *Pengaruh Kualitas Website Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)*. 3(2017), 54–67. <http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf>
- Putri, B. R. T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar. Universitas Udayana.
- Priansa, D. J. (2017a). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia.
- Priansa, D. J. (2017b). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Revita, A. (2016). E-Satisfaction Dan E-Trust Mempengaruhi E-Loyalty Konsumen Wanita Dalam Sosial Media. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(4), 505–513. <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/228>
- Rizal, N., & Paramita Daniar, R. W. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif (Kedua)*.
- Saskiana, D. (2021). *Pengaruh online customer review, online customer rating, e-service quality, e-trust dan harga terhadap keputusan membeli pada konsumen marketplace Shopee di Surabaya* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Siregar, S. (2015). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Bandung: Bumi

Aksara.

- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D. In *Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*.
- Sugiyono. (2017). Metodologi Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D. In *Alfabeta*.
- Syaifullah, A. I., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., & Surakarta, U. M. (2021). *Pengaruh Kualitas Website, Kualitas Informasi, dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee (Studi Pada Mahasiswa Lingkungan Ums)*.
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wahyuni, S., Herry Irawan, Endang, I., & Sofyan. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Situs Zalora.Co.Id. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 4(2), 17. <http://eprintslib.ummg1.ac.id/id/eprint/1978>
- Widanengsih, E. (2020). The Effect of Easy Perception and Website Quality on Purchase Decisions in Marketplace Tokopedia. *Journal of Researh in Business, Economics, and Education*, 2(3), 602–611.
- Widarjono, A. (2015). *Statistika Terapan Dengan Excel & SPSS*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.