

DAFTAR PUSTAKA

- Arista, E. Desi. (2011). Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen.
- Bastian, Danny Alexander. (2014). Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia.
- Baum, David. (1999). "Business Links". Oracle Magazine, No 3, Vol XIII, 36-44.
- Beal, V. (2018). GUI - graphical user interface. Retrieved from.
https://www.webopedia.com/TERM/G/Graphical_User_Interface_GUI.
- Chapell, M.S., Blanding, Z.B., Silverstein, M.E., et al. (2005). Test Anxiety and Academic Performance in Undergraduate and Graduate Students. *Journal of Educational Psychology*, 97, 268-274.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*.
<https://doi.org/10.2307/249008>
- Deny, dkk. (2015). Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan menggunakan E-commerce terhadap Keputusan Pembelian Online (survey pada konsumen Petersaysdenim). *Jurnal Administrasi Publik Ilmu Administrasi*. Malang.
- Devita, V. D. (2020). Peta Persaingan E-Commerce Q3. Retrieved November 9, 2020, from iPrice website: <https://iprice.co.id/trend/insights/report-peta-persaingan-e-commerce-q3-2021/>
- Ferdinand, Augusty. (2006). Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Galitz, W. O. (2007). *The Essential Guide to User Interface Design: An Introduction to GUI Design Principles and Techniques* (2nd ed.). Canada: John Wiley and Sons Publishing, Inc.
- Gefen, Karahanna, & Straub. (2017). Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model. *MIS Quarterly*. <https://doi.org/10.2307/30036519>
- Ghozali, I. (2011). “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardiawan, A. C. (2013). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*.
- Hasan, Ali. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Kotler, Philip. (2004). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, PT. Indeks Kelompok*.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2010). *Principles of Marketing* (Edisi 13). United States of America: Pearson.
- Laudon, Kenneth C., dan Laudon. (2007). *Management Information System* (10th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Loo, Richard. (2013). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan, Kepercayaan, dan Kesetiaan Konsumen Dalam Membeli Produk di Website*.
- Mowen, John dan Michael Minor. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Murwatiningsih, Erin P Apriliani. (2013). *Pengaruh Risiko Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen*.
- Murty, Dea dan Imroatul Khasanah. (2015). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam*

- Kemasan Merek Pelangi Kemasan 600ML di Semarang. Diponegoro
Journal of Management, No. 2, Volume 4, 4-5. ISSN (Online): 2337-3792
- Nufian, Febriani. (2020). User Interface dan User Experience Webqual Rollover-
Reaction.com Untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen.
- Nurlifa, Alfian, dkk. (2014). Analisis Pengaruh User Interface terhadap
Kemudahan Penggunaan Pendukung Keputusan seorang Dokter.
- O'Brien, C. (2011). The Emergence of the Social Media Empowered Consumer.
Irish Marketing Review.
- Prabowo, H. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap
Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang.
- Prasetya, Candra H Arif, dkk. (2014). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk
Terhadap Kepercayaan serta Keputusan Pembelian.
- Resky, Dian Dwi, dkk. (2018). Pengaruh Sistem Informasi User Interface
terhadap Keputusan Pemilihan Transportasi Online Gojek di Kota
Makassar. Penerbit Makassar.
- Rofiq, Ainur. (2007). Pengaruh Dimensi Kepercayaan Terhadap Partisipasi
Pelanggan E-Commerce (Studi Pada Pelanggan Ecommerce Di Indonesia).
Tesis. Program Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya.
Malang.
- Rubinoff, Robert. (2004). How to Quantify User Experience. April 21, 2004.
- Sari, S., & Tjini, A. (2013). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi
Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan terhadap Minat Penggunaan
Sistem Internet Banking. Jurnal Ilmiah Universitas Brawijaya.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Schiffman, L. G. dan Leslie Kazar Kamuk. (2008). Consumers Behavior. Edisi
ke-7 New Jersey: Prentice Hall Inc.

- Sekaran, Uma. (2006). Metodologi Penelitian untuk Bisnis, Edisi 4, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, Nugroho J. (2010). Perilaku Konsumen. Jakarta: Kencana.
- Setiawan, Budi dan Meliana S. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.
- Shen, Jia. (2008). User Acceptance of Shopping Sites: A Research Proposal.
- Sumarwan, U. (2003). Perilaku Konsumen – Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sugiyono, (2008). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Bisnis. Alfabeta, Bandung.
- Swasta, Basu DH., dan T. Hani Handoko. (1997). Manajemen Pemasaran Modern, Liberty, Yogyakarta.
- Tirtadarma, Edo, dkk. (2018). Kajian Peranan Desain UX – UI Mobile Application Kategori Transportasi Online terhadap Gaya Hidup Bertransportasi Masyarakat Urban.
- Tjiptono, Fandy. (2008). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Andi.
- Topbrand-award.com. (2020). Top Brand Award. Retrieved from https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=tokopedia
- Tokopedia Indonesia. (2021). <https://www.tokopedia.com>. 15 Februari 2021.