

DAFTAR PUSTAKA

- Ahn, T., Ryu, S., & Han, I. (2015). The impact of Web quality and playfulness on user acceptance of online retailing. *Information & Management*, 44(3), 263–275.
- Al-Dwairi, R. M. (2013). E-commerce Web Site Trust Factors: An Empirical Approach. *Journal of Contemporary Engineering Science*, Vol 3 No.1.
- Al Dwairi. (2013). Web Sites Trust Factors: An Empirical Approach. *Contemporary Enegineering Sciences*.
- Al Maghrabi et., all. (2010). Ante_cedents of continuance intentions towards e-shop_ping: the case of Saudi Arabia. *Journal of Enterprise Information Management*, Vol. 24 No, 85–111.
- Barnes dan Vidgen. (2003). Measuring website quality improvement: a case study of the forumn on strategic management knowladge exchange industrial management & data systems. *ProQuest*, 103, 5/6, 297.
- Beckett, A., Hewer, P. and H. (2000). An exposition of consumer behavior in the financial services industry. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 18 No, 15–26.
- Cao Zhang dan Seydel. (2005). B2C e-commerce web site quality: an empirical examination. *Industrial Management + Data Systems*, 5/6, 105.
- Ferdinand. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Fombrun, C. dan V. R. (2009). *Essentials of Corporate Communication : Implementing Practices for Effective Reputation Management*. Oxon.
- Furkonudin, Suryadi, E. dan D. (2016). *Evaluasi Kualitas Layanan Websitee_Commerce Blibli.Com Menggunakan Metode webqual 4.0 Terhadap Keputusan Pembelian Online*. Yogyakarta: MagisterTeknik Informatika STMIK AMIKOM.
- Gefen, D. (2002). E-commerce: "the role of familiarity and trust". *The International Journal of Management Science*, 28(6), 725–737.
- Ghozali. (2016a). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2016b). Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP. *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*.
- Haiji, M. N. (2013). A Study of the Impact of Social Media on Consumers. *International Journal of Market Research*, Vol.56. No(University of London), 387-484.
- Herwin1, F. A. (2018). *Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dengan*. 3(3), 353–364.
- Jauhari, T. (2018). *The Impact Of Website Quality On Consumer Satisfaction And Purchase*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Kartika, D. A., Hurriyati, R., & Razati, G. (2018). Gambaran Kepribadian Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Tabur Pixy Di Indonesia. *Journal of Business Management Education (JBME)*, 3(3), 67–78. <https://doi.org/10.17509/jbme.v3i3.14310>
- Kertonegoro, S. (2000). *Jaminan Sosial prinsip dan Pelaksanaanya di Indonesia*. Jakarta: MUTIARA.
- Kriyantono, R. (2017). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kurniawan., et all. (2018). *Pengaruh Kualitas Website (Webqual 4.0) Terhadap Kepercayaan Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Pada Website E-Commerce (Studi Pada Konsumen Pt. B)*. Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
- Kusuma, A. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Website Tokopedia (Studi Kasus pada Mahasiswa di Universitas Islam Indonesia). *Journal Competency of Business*, 3(1), 65–79. <https://doi.org/10.47200/jcob.v3i1.670>
- Martha, N. H. (2016). Analisis Faktor-Faktor Internal yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Penerapan Hedging pada Perusahaan Pertambangan Batubara di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2014. *Jurnal Ilmiah Universitas Bakrie*.
- Melati Ayuningtyas Pambudi. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Reputasi Perusahaan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit (Studi Pada Pengambilan Kredit Bank Mandiri Cluster Pahlawan 5). Semarang: Tesis, Universitas Diponegoro.
- Muzhar Ahmad, B. S. dan R. (2018). The Effect of Halal Label on Brand Image and Its Impact on Consumers' Purchasing Decisions. *The International Journal Of Business & Management*, ISSN 2321–8916.

- Peraturan Presiden. (2011). *Undang-Undang Nomor 24*. BADAN PENYELENGGARA JAMINAN SOSIAL.
- Piarna, R. (2014). Pengaruh Sumber Informasi dan Kualitas Website terhadap Kepercayaan Pelanggan dalam Menentukan Keputusan Bertransaksi pada ECommerce (Studi pada Pelanggan E-Commerce di Indonesia). *Jurnal Bisnis*, 4/ 3.
- Pradipta, A. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Reputasi Perusahaan, dan Promosi terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Multiproduk (Studi Kasus Pada PT Astra Multi Finance “SPEKTRA” Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro*, Vol. 4. No, 1–22.
- Rizki, Y. (2022). JHT Produk Asuransi Tabungan Atau Social,Trust Fund. Retrieved from KOMPASTV website: <https://www.kompas.tv/article/262301/yanuar-rizki-jht-produk-asuransi-tabungan-atau-social-trust-fund-3-satu-meja>
- Siagian, Hotlan., Cahyono, H. (2014). Analisis Website Quality, Trust, dan Loyalty Pelanggan Online Shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol 8 No 2.
- Sugiyono. (2016b). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan et al. (2017). Analisis FaktorFaktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Online. *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*, 4(2), 67–810.
- Suryawardana, E. dan E. Y. (2015). Analisis Pengaruh Reputasi, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) Di Kota Semarang. *Dinamika Sosbud*, Vol. 17 No, 258–269.
- Suryawardana, E., & Yani, T. E. (2017). Analisis Pengaruh Reputasi, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (Spbu) Di Kota Semarang. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 17(2), 258. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v17i2.490>
- Undang-Undang Nomor 40. (2004). *Sistem Jaminan Sosial Nasional*. Kementerian Kesehatan.
- Webb, Harold dan Webb, L. (2009). SiteQual: an integrated measure of Web Site quality. *Journal of Enterprise Information Management*, Vol 17, 430.