

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., Kumar, V., Leone, R. P., & Day, G. S. (2013). *Marketing Research: International Student Version*. Newyork: Wiley & Sons Inc.
- Alfanur, F., & Kadono, Y. (2022). The effects of gender and age on factors that influence purchase intentions and behaviours of e-commerce consumers in Indonesia. *International Journal of Innovation and Learning*, 31, 474–505.
- Amjad-ur-Rehman, M. Qayyum, A., & Javed, B. (2019). The Role of Online Shopping Service Quality in eRetailing toward Online Shopping Intention: Testing the moderation mechanism in UTAUT. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*.
- Ardianto, K., Nuriska, F. P., & Nirawati, L. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Emina Pada Official Store Shopee Di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(2), 62. <https://doi.org/10.31599/jmu.v2i2.759>
- Aruman, E. (2014). Customer Complaint Iceberg. Retrieved from <https://mix.co.id/headline/14925customer-complaint-iceberg/>
- Augusta Susanto, D., Bambang Sugiyanto, L., Manajemen, M., Bunda Mulia, U., Lodan Raya, J., Kunci, K., ... Penulis, K. (2021). STUDI EMPIRIS: KONSUMEN TOKOPEDIA DOMISILI DKI JAKARTA) Effect of Trust, Service Quality, Utilitarian Value with Mediation Attitude toward Online Shopping, and Subjective Norm on Purchase Intention (Empirical Study: Tokopedia Consumers Domiciled in DKI Ja. *Journal of Business & Applied Management*, 14(2), 115–126. Retrieved from <http://journal.ubm.ac.id/>
- Budianto, A., Badriatin, T., & Rinandiyana, L. R. (2022). Pemasaran Kampanye Sosial Yuk Nabung Saham dan Teori of Reasoned Action dalam Memperkirakan Niat Ber-investasi Saham (Studi Kasus pada new investor

- PT Reliance sekuritas Indonesia Tbk Cabang Tasikmalaya). *Jurnal Manajemen*, 13(3), 317. <https://doi.org/10.32832/jm-uika.v13i3.6308>
- Damayanti, R. S. (2020). Pengaruh Online Costumer Review and Rating, E-Service Quality dan Price Terhadap Minat Beli pada Online Marketplace (Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Magelang). *Prosiding 2nd Business and Economics Conference In Utilizing of Modern*, 684–693. Retrieved from <http://journal.ummg1.ac.id/index.php/conference/article/download/3559/1731>
- Duarte, P. (2018). How convenient is it? Delivering online shopping convenience to enhance customer satisfaction and encourage e-WOM”. *Journal of Retailing and Onsumer Services*.
- Eman, C., Pangemanan, S., & Rumokoy, F. S. (2018). Analyzing The Effect of Servive Quality and Perceived Risk on Purchase Intention in The Multimart Convenience Store Tomohon City. *Jurnal MBA*.
- Fitriani, M., & Asiah, A. N. (2018). PENGARUH KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI ONLINE. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 19(2), 31–40.
- Ghozali. (2014). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equal Modeling Metode Alternatif dengan Patrial Least Square (PLS)*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, I. (2017). *Structural Equation Modeling Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos 24* (7th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris* (2nd Ed). Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.

- Ghozali, P. . D. H. I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik, Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris* (2nd ed.). Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Giantari, I. G. A. K. (2021). *Niat Beli Via Online: berbasis Pengalaman, Kepercayaan dan Persepsi Kontrol Perilaku*. Media Sains Indonesia.
- Hartanto, B., & Indriyani, L. (2022). *Minat Beli di Marketplace Shopee*. Tebing Tinggi: Inovasi Pratama Internasional.
- Hidayah, R. T., Fiqri, M., & Akmal, D. (2023). THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES ON THE PURCHASE INTENTION OF SAMSUNG Z FLIP SMARTPHONES JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA ( Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi ). *Jurnal Ilmiah MEA*, 7(2), 1136–1152.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Irwansyah, R., Listy, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., ... Triwardhani, D. (2021). Perilaku Konsumen. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.
- Jacklin, M., Mandey, S., & Tampenawas, J. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Matahari Departmen Store Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 431–440. <https://doi.org/10.35794/emba.v7i1.22384>
- JD.ID. (2022). Profil Perusahaan JD.ID. Retrieved from <https://helps.jd.id/s/article/Profil-perusahaan?language=in>
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2016). *Marketing Management*. England: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Penerbit Erlangga.

- Kurniawan, S. T., & Widodo, T. (2019). Menyelidiki Peran Perceived Value dalam Mengintervensi Pengaruh E-Service Quality dan E- Recovery Service Quality terhadap Loyalty Intention (Studi pada Bukalapak). *Jurnal Ekonomi*.
- Mahyarni. (2013). THEORY OF REASONED ACTION DAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku). *Jurnal EL-RIYASAH*, 4(1), 13. <https://doi.org/10.24014/jel.v4i1.17>
- Munadie, N. A., & Widodo, T. (2019). Antecedents yang Mempengaruhi Mobile Game Loyalty dan Dampaknya terhadap In-App Purchase Intention. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, (1), 131–154.
- Muqarrabin, A. M. (2017). TEORI YANG BIASA DIGUNAKAN UNTUK MENGUKUR PERILAKU KONSUMEN – Theory of Reasoned Action. Retrieved from <https://bbs.binus.ac.id/gbm/2017/07/07/teori-yang-biasa-digunakan-untuk-mengukur-perilaku-konsumen-theory-of-reasoned-action/>
- Naufaldi, I., & Tjokrosaputro, M. (2020). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, dan Trust terhadap Intention To Use. *Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Priansa, D. J. (2017). *Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia Bandung.
- Rahman, H., & Nurlatifah, H. (2020). Analisis Pengaruh Perceived Ease of Use, Trust, Online Convenience terhadap Purchase Intention melalui Online Shopping Habits. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*.
- Raman, P. (2019). Understanding female consumers' intention to shop online: The role of trust, convenience and customer service. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 31(4), 1138–1160. <https://doi.org/10.1108/APJML-10-2018-0396>
- Ramlawati, R., & Lusyana, E. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsement Dan

- Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Wardah Pada Mahasiswi Hpmm Cabang Maiwa Di Makassar. *Jurnal Manajemen & Organisasi Review (Manor)*, 2(1), 65–75.  
<https://doi.org/10.47354/mjo.v2i1.181>
- Rizaty, M. A. (2023). Pengguna Internet di Indonesia Sentuh 212 Juta pada 2023. Retrieved from <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023>
- Rohmah, A. (2020). Pandemi covid-19 dan dampaknya terhadap perilaku konsumen di indonesia. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(3), 1–4.
- Saajida, A., & Kusuma Dewi, C. (2022). Pengaruh Attitudes Toward Shopping Dan COVID-19 Impact Terhadap Frekuensi Berbelanja Online Dengan Kategori Terlaris Selama Pandemi Sebagai Moderator. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 12(1), 58–68. <https://doi.org/10.52643/jam.v12i1.1943>
- Sasmita, J. L. (2017). Pengaruh Advertising Appeal , Attitude Toward Brand , Dan Attitude Toward Advertising Terhadap Variabel Brand Preference Pada Obyek Iklan Popmie Edisi Gadis Hongkong. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 9.
- Siaputra, H., & Isaac, E. (2020). Pengaruh Attitude, Subjective Norm, Dan Perceived Behavior Control Terhadap Purchase Intention Makanan Sehat Di Crunchaus Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1), 9–18.  
<https://doi.org/10.9744/jmp.6.1.9-18>
- Solihin, D. (2020). pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri*.
- Subagio, H., & Jessica, J. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Subjective Norm, dan Customer Experience Terhadap Intention To Use MYTELKOMSEL (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Kristen

- Petra Surabaya). *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Subjective Norm, Dan Customer Experience Terhadap Intention To Use MYTELKOMSEL (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Kristen Petra Surabaya)*, 1–12.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Jl. Wonosari Km.6 Demblakasari Baturetno Banguntapan Bantul Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, D., & Saksono, Y. (2022). Perilaku Konsumen. *Magister Alfatah Kalijaga, S.T., M.T., C.G.L., 978-623-48*(Eureka Media Aksara, November 2022 anggota Ikapi Jawa Tengah NO. 225/JTE/2021 Redaksi:).
- Suprihatin, W. (2020). Analisis Perilaku Konsumen Wisatawan Era Pandemi Covid-19 ( Studi Kasus Pariwisata di Nusa Tenggara Barat ). *Jurnal Bestari*, 19(1), 56–66.
- Udayana, I., & Ramadhan, D. (2019). Pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use , dan subjective norm terhadap purchase intention melalui attitude sebagai mediasi (studi kasus pada konsumen gudang digital online Yogyakarta). *Jurnal EBBANK*, 10(2), 41–48.
- Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian, Populer & Praktis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Widodo, T., & Gumilang, D. E. (2019). The Impact of Employee to Customer Relationship on Customer Loyalty. *International Journal of Engineering & Technology*, 8, 501-505.
- Widodo, T., & Utami, N. K. W. (2021). Repurchase Intentions on Zalora Indonesia: The Role of Trust, E-Commerce, and Product Evaluation. *Jurnal*

- Manajemen Bisnis*, 8(2), 339–351. <https://doi.org/10.33096/jmb.v8i2.899>
- Wilson, F., Wijayanto, D., & Sofitra, M. (2020). Benchmarking Kualitas Layanan Terhasap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Di Indonesia. *Jurnal TIN Universitas Tanjungpura*, 4(2), 174–181.
- Yuliana, O. Y. (2000). Penggunaan Teknologi Internet. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2(1), 36–52.
- Zakawali, G. (2022). Profil Bisnis JD.com, Induk Perusahaan JD.ID di Indonesia. Retrieved from <https://store.sirclo.com/blog/profil-jdcom/>