

DAFTAR PUSTAKA

- Astutik, L. I. (2021). Pengaruh Kenyamanan dan Consumer Experience Terhadap Minat Beli Consumer di Pasar Pagesangan Surabaya. *Journal Of Sustainability Business Research* , 3 (2).
- Anwar, R., & Adidarma, W. 2016. Pengaruh Kepercayaan dan Resiko Pada Minat Beli Belanja Online. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya* , XIV (2).
- Azhari, S. A. 2021. Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Di Shopee”. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa* , 10 (6).
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung. (2021, April 16). *Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kabupaten Tulungagung, 2020*. Retrieved Februari 20, 2022, from Badan Pusat Statistik: <https://tulungagungkab.bps.go.id>
- Dewi, I. C., & Hartiningtyas, L. (2022). Pengaruh Foto Produk, Lokasi, dan Pengalaman Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Khoyiir Store Tulungagung. *Jurnal Cakrawala Ilmiah* , 1 (8).
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gefen, D. (2000). E-Commerce: the role of familiarity and trust. *Omega* (28), 725-737.
- Gefen, D., & Straub, D. (2002). Managing User Trust in B2C e-Services. *E-Service Journal* , 2-32.
- GGhofur, A. 2017. *Pengantar Ekonomi Syariah*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Gunawan, D. (2021). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. Tebing Tinggi: PT Inovasi Pratama International.
- Heidjen, H. V., Verhagen, T., & Creemers, M. 2003. Understanding Online Purchase Intentions: Contributions From Technology and Trust Perspectives. *Eroupean Journal of Informations System* , 12, 41-48.

- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. 2008. A Trust-Based Consumer Decision-Making Model In Electronic Commerce: The Role Of Trust, Perceived Risk, and Their Antecedents,. *Decision Support Systems* , 44 (2), 544-564.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (1999). Marketing for Hospitality and Tourism. *Upper Sdile River, Nj Preantice Hall* , 156.
- Kusumawati, D., & Sifudin. (2020). Pengaruh Persepsi Harga dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Secara Online Saat Pandemi Covid 19 Pada Masyarakat Millenial di Jawa Tengah. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis* , 6 (1).
- Kusumaningsih, S., Sutopo, J., & Nurlaeli, F. 2021. *Buku Panduan Marketplace*. Surabaya: CV Global Aksara Pers.
- Ling, K. C., Lau, T. C., & Piew, T. H. 2010. The Effects of Shopping Orientations, Online Trust and Prior Online Purchase Experience toward Customers Online Purchase Intention. *International Business Research* , III (3).
- Mardani. 2011. *Ayat-ayat dan Bisnis Ekonomi Syariah*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schourman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *The Academy of Management Review* , 20 (3), 709-734.
- McKnight, D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). The Impact of Initial Consumer Trust on Intentions to Transact with a Web Site: A Trust Building Model. *The Journal of Strategic Information System* , 11 (3), 297-323.
- Meyer, C., & Schwager, A. (2007). Understanding Customer Experience. *Harvard Business Review Articles* , 85 (6), 116.
- Nisak, D. K. (2022). Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan Online dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli di Shopee”Pengaruh

- Orientasi Belanja, Kepercayaan Online dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli di Shopee”. *Jurnal Menara Ekonomi* , 8 (1).
- P, A. A., & L., N. I. (2020). Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan Online dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Secara Online (Studi Kasus Pada Toko Online Tokopedia.com)”. *Jurnal Ekonomi, Keuangan, bisnis* , 5 (2).
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. *International Journal Of Electronic Commerce* , 7 (3), 101-134.
- Pavlou, P., & Gefen, D. (2022). Building Effective Online Marketplaces with Institution-Based Trust. *Proceedings of Twenty Third International Conference on Information* , 667-675.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Prima, E. (2019, Mei 16). *Usia 15-19 Tahun Pengakses Internet Terbesar di Indonesia*. Retrieved Maret 1, 2022, from Tekno.tempo: <https://tekno.tempo.co>
- Purbohastuti, A. W., & Hidayah, A. A. 2020. Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan* , IV (1).
- Putri, T. C., & Gunawan, C. (2021). Pengaruh Keragaman Produk dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Online Saat Pandemi Covid-19”. *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Sosial* , 1 (2).
- Qur'an Kemenag. *AL Quran Terjemahan Q.S An-Nisa' ayat 36*.
- Rifa'i, K. 2019. *Membangun Loyalitas Pelanggan*. Jember: Pustaka Ilmu
- Rizkiawan. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Online di Kalangan Masyarakat Sangatta (Studi Kasus Pada E-Commerce Shopee). *Jurnal Ekonomi Bisnis* , 16 (1).

- Ruray, S. (2015, Mei 15). *Jadilah Pedagang yang Selalu Jujur dan Amanah*. Dipetik Februari 1, 2022, dari umma: <https://umma.id/>
- Rohman, S. 2021. *Statistik Daerah Tulungagung 2021*. Tulungagung: BPS Kabupaten Tulungagung.
- Sadam. (2021, Februari 27). *Awal 2021 Pengguna Internet Indonesia Capai 202,6 juta*. Retrieved Februari 20, 2022, from [headline.co.id: https://www.headline.co.id/](https://www.headline.co.id/)
- Salsabila, S. (2020). Pengaruh Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Shopee (Studi Kasus: Mahasiswa FISIP Universitas Almuslim),. *Jurnal Administrasi Bisnis* , 1 (4).
- Sarjita. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Online Pada Situs OLX". *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Akuntansi* , 7 (1).
- Sangadji, E. M., & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2007). *Perilaku Konsumen Alih Bahasa: Zoelkifli Kasip*. Jakarta: Indeks.
- Seftila, S. (2021). Kepercayaan Konsumen dan Pengalaman Berbelanja Serta Pengaruhnya Pada Minat Beli Konsumen Secara Online dalam Aplikasi E-Commerce. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi* , 16 (2).
- Shim, S., & Drake, M. F. (1990). Consumer Intention to Utilize Electronic Shopping". *Journal Of Direct Marketing* , IV (3), 22-33.
- Shim, S., Eastick, M. A., Lotz, S. L., & Warrington, P. (2001). An online prepurchase intentions model: The role of intention to search. *Journal Of Retailing* , 77, 397-416.
- Sugiyono. 2018. *Metode Peneliiian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sujianto, A. E. 2009. *Aplikasi Statistik SPSS 16.0*. Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher.
- Suparwo, A., & Rahmadewi, P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Informasi dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Online di Lazada. *Jurnal Pemasaran, Keuangan dan Sumber Daya Manusia* , 1 (4).
- Swasta, B., & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Wasli, A. (2021, Maret 18). *Pengunjung Marketplace Tertinggi Februari 2021 Pada Iprice*. Retrieved Desember 20, 2021, from teknologi.id: <https://teknologi.id>