



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## DAFTAR PUSTAKA

- Altıntaş, M. H. (2010). Strategic objectives and competitive advantages of private label products: Manufacturers' perspective. Dalam *International Journal of Retail & Distribution Management* (hal. 773-788).
- Amalia, Z. N., & Suyono, N. A. (2017). Faktor Minat Perilaku Bertransaksi Menggunakan E-Commerce .
- Aziz, M. (2016). *Pengaruh dari berbagai karakteristik e-commerce (bukalapak.com) terhadap kepercayaan dan performa kepercayaan konsumen di Kota Semarang*.
- Bukalapak.com. (2019). Diambil kembali dari <https://www.bukalapak.com/>
- Burhan Bungin. (2017). *Metodologi Penelitian kuantitatif*. Jakarta: KENCANA.
- Chi, H. K., Yeh, H. R., & Chio, C. (2009). The Effect of Brand Affect on Female Cosmetics User Brand Loyalty in Taiwan. Dalam *The Effect of Brand Affect on Female Cosmetics User Brand Loyalty in Taiwan* (hal. 231).
- Christopher, J., & Indriana, M. (2018). Analisis Tingkat Penerimaan Pengguna Layanan Music as a Service Berbayar dengan Metode Unified Theory Acceptance and Use of Technology 2. *ULTIMA InfoSys: Jurnal Sistem Informasi Vol. IX, No.2*.
- Farki, A., Baihaqi, I., & Wibawa, B. M. (2016). Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia.
- Ferdinand. (2010). *Metode Penelitian Manajemen Edisi 5: Pedoman untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fridayana Yudiaatmaja . (2013). Analisis Regresi Dengan menggunakan aplikasi komputer statistik SPSS. Dalam *Analisis Regresi Dengan menggunakan aplikasi komputer statistik SPSS* (hal. 15). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* . Semarang: UNDIP.
- Hernawati. (2013). Optimalisasi SEO (Search Engine Optimizer) sebagai upaya meningkatkan unsur Visibility dalam Webometric.
- Jogiyanto. (2009). *Sistem Informasi Keprilakuan*. Yogyakarta.
- Joshua Fogel & Samson Zachariah. (2016). Intentions to Use the Yelp Review Website and Purchase Behavior after Reading Reviews .

- Juniwati. (2015). *Pengaruh Perceived Ease of Use, Enjoyment dan Trust Terhadap Repurchase Intention dengan Customer Satisfaction sebagai Intervening pada Belanja Online (Studi Pada Mahasiswa Universitas Tanjungpura Pontianak)*, .
- Kusumah. (2009). *Mengenal Penelitian Tindakan Kelas Edisi 2*.
- Liu, C., Maggie, Y., & Lee, C. (2011). The effects of relationship quality and switching barriers on customer loyalty. *International Journal of Information Management*, 71-79.
- Marketeers. (2013). *The Future of Retail in Indonesia*. Hal.57. Jakarta: Marketeers.
- Muhibbin. (2010). *Pendidikan Psikologi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muri Yusuf. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: KENCANA.
- Mustaqim, R. N., Kusyanti, A., & Aryadita, H. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Penggunaan E-Commerce XYZ Menggunakan Model UTAUT (Unified Theory Acceptance and Use Of Technology) . *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*.
- Pramudita, Y. &. (2019). PENERAPAN METODE SEO ON PAGE DAN OFF PAGE PADA WEB PENJUALAN ONLINE UNTUK MENINGKATKAN RANKING SERP. *Engineering Research Operation*.
- Priyatno, d. (2012). *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: ANDI.
- Ratnawati, A., & Lestari, A. A. (2016). PERAN BRAND TRUST DALAM MEMEDIASI BRAND EXPERIENCE, BRAND PERSONALITY DAN BRAND COMMUNITY TERHADAP BRAND LOYALTY.
- Robert Kurniawan, B. Y. (2016). *ANALISIS REGRESI Dasar dan penerapannya dengan R*. Jakarta: Kencana.
- Safira, C. F., Kusyanti, A., & Aryadita, H. (2017). Analisis Kualitas Layanan Website Bukalapak Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan E-S-QUAL. *Jurnal Pengembangan TEknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 1813-1821.
- Sarwono, S. (2009). *Psikologi sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Surya Aditya Widya Putra & Sri Vandayuli Riorini. (2016). PENGARUH ONLINE REVIEWS TERHADAP online hotel booking intentionS PADA ONLINE TRAVEL AGENT LOKAL.

Thamaraiselvan, S. A. (2018). Technology in Society. *The moderating role of device type and age of users on the intention to use mobile shopping applications*, 79-90.

Utami. (2010). Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia). Dalam S. Empat, *Manajemen Ritel* (hal. 49). Jakarta.

Wijaya, T. (2013). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA