

## DAFTAR PUSTAKA

- Ainil Mardiah, Hamdi Anugrah. 2020. Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan, Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Ulang Secara Online. Vol. 14, No. 2. <https://doi.org/10.31869/mi.v14i2.2245>
- Akdon & Riduwan. (2016). Rumus dan Data dalam Analisis Statistika. Cet. 2. Bandung: Alfabeta.
- Aprizal. 2018. Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing. Makasar: Celebes Media Perkasa.
- Austin Alexander Parhusip, Nurul Izzah Lubis. 2020. Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan Online, Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Secara Online (Studi Kasus Pada Toko Online Tokopedia), Vol. 5, No. 2. <https://doi.org/10.24967/ekombis.v5i2.748>
- Azifah, Nurul dan Citra Kusuma Dewi. 2016. Pengaruh Shopping Orientation, Online Trust dan Prior Online Purchase Experience Terhadap Online Purchase Intention (Studi Pada Online Shop HIJABI HOUSE). Vol. 20 No. 2. Fakultas Komunikasi dan Bisnis. Universitas Telkom.
- Basuki and Prawoto, Nano. 2018. Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis : Dilengkapi Aplikasi SPSS & EIEWS. PT Rajagrafindo Persada, Depok.
- Esti Yuandari dan R. Topan Aditya Rahman. 2017. Metodologi Penelitian dan Statistik. Bogor: In Media.
- Fachrizi Alwafi dan Rizal Hari Magnadi. 2016. Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia.Com. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/13857>

Faizun Nur Rohman dan Zamroni.2021.Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan Online, Dan Kemudahan Terhadap Minat Beli Secara Online Di Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Muhammadiyah Cilacap).Vol.11, No.2,  
<http://jurnal.stiemuhcilacap.ac.id/index.php/je511/article/view/140>

Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang

Kotler, Philip And Gary Armstrong., 2018., Principle Of Marketing, 17e Global Edition, Pearson Education Limited, New York.

Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2019). Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 12. Penerbit Erlangga Jakarta.

Ni Putu Widantari Suandana, Ketut Rahyuda dan Ni Nyoman Kerti Yasa.2016.Pengaruh Pengalaman Membeli Produk Fashion Terhadap Niat Membeli Kembali Melalui Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan.Vol. 10, No. 1,  
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/jmbk/article/view/21493/14212>

Malau. 2017. Manajemen Pemasaran. Bandung : Alfabeta.

Manullang, M dan Hutabarat, E. (2016). Manajemen Pemasaran Dalam Kompetisi Global. Yogyakarta : Indomedia Pustaka.

Pardede, R., & Haryadi, T. Y. (2017). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi Kepuasan Konsumen. Journal of Business & Applied Management Vol 10 No. 1, 55 - 79.

Riri Mania Darmono. Yulistia. 2015. Manajemen Pemasaran. Analisis Perilaku Konsumen. <https://ejournalunspadang.ac.id/index.php/MJ/article/view/218>

Rohman, A., dan Gandjar, I. G., 2017, Kimia Farmasi Analisis, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.

Sabda Dian Nurani Siahaan dan Haryani Pratiwi Sitompul.2021.Analisis Pengaruh Orientasi Belanja Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli.Vol.3, No.1,  
<http://jurnal.unprimdn.ac.id/index.php/JEBIM/article/view/1685>

Silalahi, M. (2016). Penelitiannya. Studi Etnomedisin Di Indonesia Dan Pendekatan Penelitiannya, 9, 117–124.

Sugiyono. (2012): 85 . *Memahami Penelitian Kualitatif*". Bandung : ALFABETA.

Sugiyono. (2012): 87 . *Memahami Penelitian Kualitatif*". Bandung : ALFABETA.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: CV Alfabeta.