

DAFTAR PUSTAKA

- Arimbi, I. F., & Heryenzus. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Konsumen pada Layanan Online Traveloka. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(2), 1–10.
http://113.212.163.133/index.php/scientia_journal/article/view/2640
- Astasari, M. O., & Sudarwanto, T. (2017). Pengaruh Viral Marketing terhadap minat Beli Konsumen melalui kepercayaan konsumen. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 195–203.
- Banjarnahor, A. R., Purba, B., Sudarso, A., Sahir, S. H., Munthe, R. N., Kato, I., Gandasari, D., Purba, S., Muliana, Ashoer, M., Hendra, Simarmata, H. M. P., Berlien, R., Hasyim, & Tjiptadi, D. D. (2021). *Manajemen komunikasi pemasaran* (A. Karim (ed.); pertama). yayasan kita menulis.
- dr. sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian*.
- FAUZI. (2020). Pengaruh promosi , kepercayaan terhadap minat beli produk tour pada pt. green deli holidays medan fauzi dosen akademi akuntansi ypk medan. 5(1), 126–134.
- Harto, R. B., & Munir, Z. (2021). Analisis Kepercayaan, Persepsi Resiko Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Situs Jual Beli Shopee. *Jurnal Sistem Informasi Dan Manajemen*, 9(1), 10.
- Hasibuan, R. O., & Pradana, M. (2020). pengaruh persepsi kemudahan, persepsi resiko dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli online (Studi Pada Mahasiswa / i Pengguna Aplikasi Jual Beli Online Lazada). 7(2), 6805–6811.
- Ikhsani, K., Catur Widayati, C., & Endah Retno Wuryandari, N. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Resiko, Promosi, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Niat Beli Pasca Covid-19. *Jurnal Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Kewirausahaan*, 1(1), 81–90.
<https://doi.org/10.52909/jbemk.v1i1.31>
- Jayani, D. H. (2021). Rata-rata Pengunjung Web Bulanan Shopee (Kuartal I 2020-Kuartal III 2021). Databoks.Katadata.Co.Id.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/18/kunjungan-ke-web-shopee-meningkat-58-pada-kuartal-iii-2021>
- Kusnandar, V. B. (2021). Pengguna Internet Indonesia Peringkat ke-3 Terbanyak di Asia. Databoks.Katadata.Co.Id.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/14/pengguna-internet-indonesia-peringkat-ke-3-terbanyak-di-asia>
- MOH. WA'IL. (2019). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI PRODUK ONLINE SHOP DIKALANGAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS WIRARAJA. *Skripsi*.
- Pane, D. . (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Di Situs E-Commerce Bukalapak di batam. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 81–89.
- Priansa, D. J. (2017). *PERILAKU KONSUMEN DALAM PERSAINGAN BISNIS KONTEMPORER*. Alfabeta.
- prof. Dr. Suliyanto, S.E., M. . (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk skripsi, Tesis, & disertasi*. ANDI OFFSET.
- Ramadhani, M. R. (2021). Pengaruh Persepsi Resiko dan Komunikasi Mulut ke Mulut Pada Media Elektronik Terhadap Kepercayaan Konsumen Dalam Pembelian Produk Fashion di E-Commerce. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(3), 616.
<https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v9i3.6503>
- Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2019). Pengaruh Kepercayaan Konsumen

- Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 318. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v11i1.20164>
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada perusahaan a-36. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v6i1.169>
- Siahaan, S. D. N., & Sitompul, H. P. (2021). *Analisis pengaruh orientasi belanja dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli. III.*
- sinambela, prof. D. L. P., & m.m, Dr. Sarton Sinambela, S. . (2021). *metodologi penelitian kuantitatif teoretik dan praktik*. PT RAJAGRAFINDO PERSAJA.
- Suhatman, S., Sari, M. R., Nagara, P., & Nasfi, N. (2020). Pengaruh Atribut Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Kota Pariaman di Toko Online Shopee. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 1(2), 26–41. <https://doi.org/10.47747/jbme.v1i2.81>
- Tilaar, F., lapian, S. L. H. . J., & LRoring, F. (2018). *pengaruh kepercayaan, dan motivasi terhadap minat beli pengguna shopee secara online pada anggota pemuda GMIM Zaitun Mahakeret*. 6(4), 2028–2037.
- Utami, A. R. H. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan, dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli Online dengan Menggunakan E-Commerc. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01, 79–93.