

## DAFTAR PUSTAKA

- Achadi, A., Surveyandini, M., & Prabawa, A. (2021). Pengaruh Kualitas Website E-Commerce, Kepercayaan, Persepsi Risiko dan Norma Subyektif terhadap Minat Beli Secara Online di bukalapak.com. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 21(3), 1207. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v21i3.1628>
- Achsa, A., & Dewi, M. S. E. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen: Studi Pada Online Shop Shopee. *Ekonomi & Bisnis*, 20(1), 80–87. <https://doi.org/10.32722/eb.v20i1.4065>
- Anuraga, G., Indrasetianingsih, A., & Athoillah, M. (2021). Pelatihan Pengujian Hipotesis Statistika Dasar Dengan Software R. *Jurnal BUDIMAS*, 3(2), 327–334. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/JAIM/article/view/2412>
- Arianto, N., Asmalah, L., & Rahmat, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Studi pada Pengguna Mas Cleaner. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(2), 194. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v5i2.18521>
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>
- Hanafi, M. I. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kemudahan Dan Risiko Terhadap Minat Beli Via Media Online Butuhbaju.Com. *Performa*, 4(6), 921–932. <https://doi.org/10.37715/jp.v4i6.1717>
- Harisno, H., & Herby, D. (2018). The Analysis of Factors Affecting the Buying Interest of E-Commerce Customers. *CommIT (Communication and Information Technology) Journal*, 12(1), 13–18. <https://doi.org/10.21512/commit.v12i1.2089>
- Harto, B. R., & Munir, Z. (2021). Analisis Kepercayaan, Persepsi Resiko Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Situs Jual Beli Shopee. *Jurnal Sistem Informasi Dan Manajemen*, 9(1), 10. <https://ejournal.stmikgici.ac.id/index.php/jursima/article/view/256>
- Hidayah, D. W., & Rejeki, A. (2021). Consumer Trust on Buying Interest in Online Shopping: E-Commerce Shopee. *Journal Universitas Muhammadiyah Gresik Engineering, Social Science, and Health International Conference (UMGESHIC)*, 1(2), 617. <https://doi.org/10.30587/umgeshic.v1i2.3436>
- Hutauruk, S. L. B., & Sitorus, D. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Di Kota Batam. *ECo-Buss*, 5(2), 484–495. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i2.451>
- Irawan, M. R. N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap

- Minat Beli Konsumen Pada Pt. Satria Nusantara Jaya. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 5(2), 140.  
<https://doi.org/10.30737/ekonika.v5i2.1097>
- Journal, I., Reviewed, P., & Vol-, I. J. (2021). THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRICE AND PROMOTION ON PURCHASE DECISION (Case Study on Gea Geo Store). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 2021(3), 1–12.
- Julianto, E. T. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Media Sosial ( Instagram ) dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Lokal Compass Dengan Minat Beli Sebagai Mediasi. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 1(4), 16–29.
- Kartini, I., Wibowo, E. W., & Sugiyanto, E. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Berdampak Loyalitas Dalam Berbelanja Online Pada Shopee. *Jurnal Lentera Bisnis*, 10(1), 57.  
<https://doi.org/10.34127/jrlab.v10i1.423>
- Kholis, A. A., & Madiawati, P. N. (2019). PENGARUH KEAMANAN SITUS, KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI DI SITUS BELANJA ONLINE SHOPEE. *E-Proceeding of Management*, 6(2), 4299–4306.  
 file:///C:/Users/User/Downloads/40-Article Text-22-1-10-20211018.pdf
- Listyawati, L. (2021). *Pengaruh Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan eWallet Liling Listyawati, Subardini JIABI – Vol. 5 No. 2. Tahun 2021*. 5(2).
- Liusito, R. A., Tulung, J. E., Saerang, R. T., Liusito, R. A., Tulung, J. E., & Saerang, R. T. (2020). *the Influence of Consumer Trust and Perceived Value on Consumer Purchase Decision of E-Commerce in Social Media ( Study Case in Manado ) Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Di Social Media ( St. 8(3), 475–484*. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/30862>
- Luthfiyatillah, Millatina, A. N., Mujahidah, S. H., & Herianingrum, S. (2020). Efektifitas Media Instagram Dan E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(1), 101–115. <https://doi.org/10.32528/ipteks.v5i1.3024>
- Makbul, M. (2021). METODE PENGUMPULAN DATA DAN INSTRUMEN {PENELITIAN. *Frontiers in Neuroscience*, 14(1), 1–13.
- Makhdom, M. F., & Aminah, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Sampang. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(2), 803.  
<https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i2.1898>
- Marpaung, N. N. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepatu Ando (Studi Kasus Di Kota Bekasi 2020). *Parameter*, 5(2),

27–40. <https://doi.org/10.37751/parameter.v5i2.147>

- Marshely, A., Anjayani, D. F., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Penggunaan Promosi Online Dan Endorsement Seebgram Terhadap Minat Beli Konsumen. *Kalianda Halok Gagas*, 4(2), 93–100. <http://ojs.stiemkalianda.ac.id/index.php/halokgagas/article/view/16/19>
- Martadala, D. A., Neneng, Susanto, E. R., & Ahmad, I. (2021). Model Desa Cerdas Dalam Pelayanan Administrasi (Studi Kasus: Desa Kotabaru Barat Kecamatan Martapura Kabupaten Oku Timur). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi (JTISI)*, 2(2), 40–51. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/JTISI>
- Maulidiyah, N. (2020). PENGARUH PERSEPSI RISIKO, KEPERCAYAAN DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT BELI ONLINE MELALUI MEDIA SOSIAL (STUDI PADA KONSUMEN ONLINE SHOP. *Suparyanto Dan Rosad (2015)*, 5(3), 248–253.
- Millena, R., & Jesi, T. (2021). Jurnal Analisis Pendapatan Negara Indonesia Kota Bogor Provinsi Jawa Barat Dengan Metode Kuantitatif. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(2), 1004–1009. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i2.450>
- Muntaha, U. (2021). the Influence of Service Quality on Online Shop Interested in Buying. *Bina Bangsa International Journal of Business and Management (BBIJBM)*, 1(3), 222–232. <file:///C:/Users/User/Downloads/25-Article Text-89-1-10-20220101.pdf>
- Novianti, L., & Sulivyo, L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Smartphone Made in China Di Kecamatan Cikupa Kabupaten Tangerang. *Jurnal Cafeteria*, 2(2), 15–27. <https://doi.org/10.51742/akuntansi.v2i2.354>
- Nuristiqomah, S., Widodo, J., & Zulianto, M. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KARTU PRABAYAR simPATI TELKOMSEL (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember Angkatan 2015-2017). *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 14(1), 166. <https://doi.org/10.19184/jpe.v14i1.11610>
- Omas, P., Kurniawan, M., & Lorensia, F. (2022). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Minat Beli Pada Situs E- Commerce (Shopee , Tokopedia , dan Bukalapak)*. 1, 370–381. <https://journal.ukmc.ac.id/index.php/pnsoa/article/view/613/623>
- Pandini, A. M. P., & Evelina, T. Y. (2021). Pengaruh viral marketing dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 157–160.
- Permana, A. I. (2020). Pengaruh Kualitas Website, Kualitas Pelayanan, Dan

- Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Pelanggan Di Situs Belanja Online Bukalapak. *Ekonomi Bisnis*, 25(2), 94–109. <https://doi.org/10.33592/jeb.v25i2.422>
- Prastiyani, M., & Suhartono, S. (2020). Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Smartphone Advan Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Di Wilayah Yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 7(1), 58–74. <https://doi.org/10.32477/jrm.v7i1.188>
- Purwanto, N. (2019). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Teknodik*, 6115, 196–215. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>
- 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>
- Rosiana, I., Surindra, B., & Prastyaningtyas, E. W. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Belanja Online Shopee. *Seminar Nasional ...*, 1, 684–691. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/963%0Ahttps://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/download/963/839>
- Salsyabila, S. R., Pradipta, A. R., & Kusnanto, D. (2021). Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat beli pada marketplace shopee. *Manajemen*, 13(1), 37–46. [journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN%0APengaruh](http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN%0APengaruh)
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado (The Influence Of Location, Promotion And Price Perception To Consumer Purchase On Kawanua Emerald City Manado Housing). *Jurnal EMBA*, 7(1), 881–890. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/22916>
- Setiawan, M., Moh. Wahib, Amris, & Abd.Karman. (2022). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Market Place Shopee. *El Mudhorib*, 3(1). <http://ejournal.iainfmpapua.ac.id/index.php/elmudhorib/article/view/439/167>
- Setyawati, D., & Oktafani, F. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINCARE SCARLETT WHITENING PADA OFFICIAL STORE SCARLETT WHITENING DI SHOPEE. *RELASI*, 19(1), 12–26. <http://jurnal.stie-mandala.ac.id/index.php/relasi/article/view/665/592>
- Sobandi, A., & Somantri, B. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *WINTER JOURNAL*, 1(1), 41–52. <https://doi.org/10.1090/nml/050/92>

- Sugiono, Noerdjanah, & Wahyu, A. (2020). Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur SG Posture Evaluation. *Jurnal Keterampilan Fisik*, 5(1), 55–61. <https://doi.org/10.37341/jkf.v5i1.167>
- 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>
- Sumaa, S., Soegoto, A. S., & Samadi, R. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli Di E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(4), 304–313. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/36229>
- Suryati, L., Saragih, L. M. S., Fajrillah, F., Sudarso, A., & Tarigan, A. M. G. (2022). Pengaruh Harga, Produk, dan Promosi Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(3), 380–385. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i3.1222>
- Susanti, R., & Rustam, T. A. (2022). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Batam Bangun Prahtama. *Jurnal Ekuivalensi*, 8(1), 80–91. <https://doi.org/10.51158/ekuivalensi.v8i1.661>
- Sutedjo, A. (2021). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Serta Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Konsumen Belanja Online Shopee. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi, Dan Manajemen TRI BISNIS*, 3(2), 165–178. [file:///C:/Users/User/Downloads/40-Article Text-22-1-10-20211018.pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/40-Article%20Text-22-1-10-20211018.pdf)
- Titing, A. S., -, S.-, & Sriwahyuni, E. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Vivo (Studi Kasus pada Ziola Aneka Jaya Kolaka). *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 21–28. <https://doi.org/10.24269/asset.v5i1.4817>
- Zaluchu, S. E. (2021). Metode Penelitian di dalam Manuskrip Jurnal Ilmiah Keagamaan. *Jurnal Teologi Berita Hidup*, 3(2), 6. <https://ejournal.sttberitahidup.ac.id/index.php/jbh/article/view/93/88>