

DAFTAR PUSTAKA

- Agustia, N. P., & Lisdayanti, A. (2022). Pengaruh Persepsi Keamanan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen E-Commerce. *Jurnal Manajemen Bisnis & Ekonomi*, 20(1), 599–613.
- Ardianto, K., Nuriska, F. P., & Nirawati, L. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Emina Pada Official Store Shopee Di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(2), 62. <https://doi.org/10.31599/jmu.v2i2.759>
- Badir, M., & Andjarwati, A. L. (2020). The Effect of E-WOM, Ease of Use and Trust on Purchase Decisions (Study on Tokopedia Application Users). *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 7(1), 39. <https://doi.org/10.24252/minds.v7i1.13715>
- Banani, M. R. S., & Selvi, E. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Shopee Paylater (Studi Kasus Pada Followers Instagram Shopee). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Januari, 2023(1), 279–289. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7527551>
- Dzaki, A. L., & Zuliestiana, D. A. (2022). Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Pengguna Situs E-Commerce Id . Id. *E-Proceeding of Management*, 9(2), 125–139.
- Hamdan, H., Imaningsih, E. S., Indrajaya, S., Raharja, I., & Yuliantini, T. (2023). The Effect of Website Quality, e-Promotion and e-Trust towards the e-Repurchase Intention on e-Commerce. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 348–368.
- Indrasena, R. W., & Budiarti, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Food. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(9), 1–16.
- Karmilah, S., Hamdani, I., & Yono, Y. (2022). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen pada UMKM Keripik Singkong Wahana Snack. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(3), 762–773. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i3.2066>
- Maghfur, M. D., & Urip, W. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Astra Honda Motor Dipaciran Lamongan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(19), 1–18.
- Otovianti, D., & Herman, H. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pembeli Di Wendy's. *Jurnal AKRAB JUARA*, 5(3), 135.
- Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic*

- Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66.
<https://doi.org/10.31331/jeee.v1i2.1293>
- Rozi, A. F., & Nasikan. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan ,Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Online Produk Batik Tulis Mutiara Sendang Lamongan. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 126–140.
<https://doi.org/10.21107/jsmb.v7i2.9050>
- Saripudin, S., & Faihaputri, N. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Di E-Commerce Jd.Id). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(02), 1200–1210.
<https://doi.org/10.29040/jie.v5i2.2765>
- Sarjita. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Online Pada Situs Olx. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 7(1), 69–82.
<http://jurnal.amaypk.ac.id/index.php/jbma/article/view/90/103>
- Satriawan, L. P., & Saputra, A. (2023). Brand Image, Kreativitas Iklan dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Kaum Milenial Pengguna Shopee Di Kota Batam. *Dynamic Management Journal*, 7(1), 144.
<https://doi.org/10.31000/dmj.v7i1.7800>
- Sia, I. E. A., Yani, N. W. M. S. A., & Susanti, L. E. (2023). Pengaruh brand image dan promosi traveloka terhadap minat beli kamar hotel di kabupaten badung. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 02(1), 232–247.
<https://doi.org/10.22334/paris.v2i1.297>
- Sihite, R. W., & Nainggolan, N. pitri. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Alfamart Marchelia Batam. *Jurnal Ilmiah Abdi Ilmu*, 13(1), 35–41.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sulkarnain, R., Dirwan, & Asbara, N. W. (2022). Pengaruh Kemudahan, Manfaat Dan Resiko Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada Pt. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Sam Ratulangi. *Nobel Management*, 3(3), 608–621.
- Susanto, D. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Harga Terhadap Minat Belanja Online Dedi Susanto Akademi Komunitas Dharma Bhakti Bangka. *EM Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 8(1), 48–58.
<http://journal.stiepertiba.ac.id/index.php/jem/article/view/142>
- Taan, H. (2021). Kemudahan Penggunaan dan Harga Terhadap Minat Beli Online Konsumen. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 89.
<https://doi.org/10.19184/ejeba.v8i1.19502>
- Tumonggor, K. K. R., & Sudjiman, E. P. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap

- Minat Beli Konsumen Di Alfamart Braga, Jalan Braga No. 66, Kota Bandung. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.
- Veronika, & Nainggolan, N. P. (2022). Pengaruh Promosi, Atribut Produk dan Loyalitas Konsumen terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(4), 371–377.
- Wardhani, Z. M., & Suwitho. (2022). Pengaruh Harga, Shopping LifestylE, Dan Promosi Terhadap Impulse Buying Pada Pembelian Online Shop (STUDI KASUS MAHASISWA STIESIA SURABAYA) Suwitho Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(e-ISSN: 2461-0593), 1–16.
- Yanuar, A., & Asmoro, M. (2022). Pengaruh Harga , Promosi , Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ud Tape 31 Bondowoso Pontjo Bambang Mahargiono Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya pohon singkong merupakan salah satu hasil pertanian yang sangat besa. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(11), 1–18.
- Yonathan, V. (2021). Pengaruh Promosi di Aplikasi Youtube dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Prosiding Ekonomi Bisnis*, 1(1), 757–766.