

DAFTAR PUSTAKA

- (Maiti & Bidinger. (2018). No Title? _____ . *Ekp*, 13(3), 1576–1580.
- (Siti & Alfian. (2022). *MOVE : Journal of Community Service and Engagement Getting to Know Products and Online Marketing Business Actors in Desa Labuan*. 01(04), 114–120.
- Anthony. (2022). Analisis Pengaruh Ease Of Use, Kepercayaan dan Iklan Terhadap Minat Beli E-Commerce Customers Shopee Di Batam. *Skripsi*. file:///C:/Users/nindi/Downloads/cover s.d bab III.pdf
- Arianto & Difa. (2022). Ensiklopedia Education Review. *Ensiklopedia Education Review*, 4(2), 80–91.
- Ayu Gita Oktaviani, D. H. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Bukalapak Di Kota Batam. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(4), 1483–1490. <http://repository.upbatam.ac.id/id/eprint/5658>
- Azis & Wahid. (2019). Pengaruh Ekstrak Daun Babadotan (*Ageratum Conyzoides*, L) Terhadap Waktu Pembekuan Darah. *Jurnal Kesehatan Rajawali*, 9(2), 14–24. <https://doi.org/10.54350/jkr.v9i2.76>
- Belch dan Belch. (2018). Jurnal Sosial Humaniora Terapan Strategi Peningkatan Brand Awareness Mobile Ticketing Apps melalui Metode Integrated Marketing Communication Jurnal Sosial Humaniora Terapan. *Jurnal Sosial Humaniora*, 1(1), 9.
- Cho, Y. C., & Sagynov, E. (2019). Exploring Factors That Affect Usefulness, Ease Of Use, Trust, And Purchase Intention In The Online Environment. *International Journal of Management & Information Systems (IJMIS)*, 19(1), 21. <https://doi.org/10.19030/ijmis.v19i1.9086>
- Cyntia Sari & Rodhiah Rodhiah. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, dan Kinerja Operasional Terhadap Minat Beli Pelanggan Lazada. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(4), 897. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i4.9869>
- Davis. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 27–39.
- Dhani et al. (2021). *No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title*. 01(01), 6.

- Djaslim Saladin. (2020). Pengaruh Program Direct Marketing Terhadap Keputusan Menggunakan Meeting Package Grand Hotel Lembang. *Jurnal Tourism and Hospitality Essentials (THE)*, 4(1), 705–716.
- Dwiyanti, I. A., Turfa, :, & Sadikin, N. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Minat Beli Ulang: Perspektif Mahasiswa. *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO) |*, 2(2), 59–75. <https://ijabo.a3i.or.id>
- Ermawati, E., Utami, R. P., & Pakawaru, I. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Nasi Kuning Puput Di Kayumalue. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 36–56. <https://doi.org/10.24239/ijebi.v2i2.31.36-56>
- Fadiyanto, R., & Kurniawan, R. E. (2019). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang “Kopi Toraja” Di Coffee Josh Situbondo. *ECOBUSS : Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 21–42.
- Fauzi, A., & dkk. (2019). Metodologi Penelitian. In *Suparyanto dan Rosad (2015)*.
- Fuadah, Z. (2021). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga, Kepercayaan Dan Keragaman Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Shopee Di Universitas Muhammadiyah Magelang). *Skripsi*, 19, 1–70.
- Furi et al. (2020). Pengaruh Pengalaman Belanja Online Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Di Tiktok Shop (Studi Kasus Mahasiswa Fkip Uhamka 2018). *Jurnal EMT KITA*, 7(1), 47–61. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i1.728>
- Ghozali. (2018). *Metoda Penelitian Ghozali 2018*. 31–44.
- Hermawan. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Objek Wisata Jogja Exotarium. *Ilmu Komunikasi*. <https://journal.student.uny.ac.id/index.php/ilkom/article/view/16344>
- Hinati. (2022). Entrepreneurial Interest: How The Impact of Entrepreneurship Education, Perceptions of Ease of Use on Applications in Entrepreneurial Interest. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 9(1), 234–241. <https://jurnal.fe.umi.ac.id/index.php/JMB/article/view/523%0Ahttps://jurnal.fe.umi.ac.id/index.php/JMB/article/download/523/349>
- Jogiyanto. (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>

- Kasmiyati. (2019). No Title. *הענינים לנגד שבאמת מה את לראות קשה הכי*, 15(8.5.2017), 2003–2005. www.aging-us.com
- Kurniawan. (2021). *No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title.*
- Lalu Agustino. (2021). Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna E-Wallet Di Kota Banjarmasin. *Kindai*, 17(3), 401–422. <https://doi.org/10.35972/kindai.v17i3.631>
- Maiti & Bidinger. (2018). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Secara Online Di Kalangan Mahasiswa Dengan Mediasi Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Di Universitas Labuhanbatu). *Journal of Educational and Language Research*, 1(11), 1669–1676.
- Masturoh, I., & Anggita, N. (2018). *No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title.*
- Menurut Kotler dan Armstrong. (2017). Pengaruh Pemasaran Langsung dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Exclusive Matte Lip Cream di Tokopedia. *EXPOSE - Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 27–48.
- Nainggolan. (2018). *Pengaruh Electronic Word of Mouth (e-WOM) dan e-Trust terhadap Keputusan Pembelian Online pada Marketplace Lazada.* 48–57.
- Nasution. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Kemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce (Studi Pada Pengguna Shopee Di Kota Malang). *Jiagabi*, 10(1), 49–55.
- Nathani, D., & Budiono, H. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Popularitas, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Kamera Sony. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(4), 953. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i4.13437>
- Picaully. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas.* 1–52.
- Privastama. (2017). *Pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan futsal pada pt sentosa perdana.*
- Purna, P. A., & Pusposari, D. (2021). Kepribadian dan Aktualisasi Diri Unyil dalam Petualangan Si Unyil. *JoLLA: Journal of Language, Literature, and Arts*, 1(2), 280–293. <https://doi.org/10.17977/um064v1i22021p280-293>
- Putu, N. K. & L. (2022). Determinants of E-Commerce User Satisfaction: the Mediating Role of Purchase Intention. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 11(3), 345. <https://doi.org/10.26418/jebik.v11i3.56329>

- Rachmadita, et al. (2020). Pengaruh Produk, Harga, Promosi Penjualan, Pemasaran Langsung Dan Digital Terhadap Minat Beli Konsumen Natasha Skin Clinic Center Banjarmasin. *EPrint UNISKA*, 1, 3–7.
- Rahmiati, R., & Yuannita, I. I. (2019). The influence of trust, perceived usefulness, perceived ease of use, and attitude on purchase intention. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 8(1), 27–34. <https://doi.org/10.24036/jkmb.10884800>
- Safira Febrilla & Ponirin. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Shopee Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1), 56–62.
- Samusi. (2019). 済無No Title No Title No Title. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 36–44.
- Siagian, A. O., & Cahyono, Y. (2021). Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 206–217. <https://doi.org/10.47233/jitekssis.v3i1.212>
- Siagian, M., & Wasiman, W. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Terhadap Kepuasan Dan Kinerja Karyawan Di PT Indomarco Prismatama (Indomaret) Batam. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial Dan Teknologi (SNISTEK)*, 5(September), 527–538. <https://doi.org/10.33884/psnistek.v5i.8129>
- Sri Rahayu dkk. (2022). Pengaruh Direct Marketing Dan Product Quality Terhadap Minat Beli Ulang Pada Live Streaming Marketing Tiktok. *Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Manajemen Bisnis Digital*, 1(2), 171–184. <https://doi.org/10.55047/jekombital.v1i2.309>
- Sugiarto. (2019). Pengertian Pendekatan dan Jenis-Jenis Pendekatan Penelitian. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 2.
- sugyono. (2020). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 1, 32–41.
- Sugyono. (2019). *Self Congruity - Definisi Self Congruity Barclay 2014*. 34–46. <http://repository.stei.ac.id/9350/>
- Sun dan Zhang. (2017). Literature Review E-Commerce : Profitabilitas ., *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Sistem Informasi*, 3(4), 474–484.
- Suryana, P. D. (2021). *Buku ini di tulis oleh Dosen Universitas Medan Area Hak Cipta di Lindungi oleh Undang-Undang Telah di Deposit ke Repository UMA pada tanggal 27 Januari 2022*.

- Venkatesh dan Davis. (n.d.). Pengaruh Promosi Penjualan, Kemudahan Penggunaan, dan Fitur Layanan i-Saku Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna i-Saku di Indomaret. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 07(02), 473–478.
- Wibowo, A. S. (2021). Pengaruh Pengembangan Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Pegawai Di Lembaga Pemasyarakatan Kelas Ii a Purwokerto. *Journal of Management Review*, 5(3), 655–663. <http://jurnal.unigal.ac.id/index.php/managementreview>
- Wijaya, F., & Purba, T. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Terhadap PT Continental Industry Supply. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 850–858.
- Wiku, F., & Ayuningtyas, F. J. (2021). Determinan Stabilitas Sistem Keuangan Di Indonesia Melalui Pendekatan Makroekonomi. *Tirtayasa Ekonomika*, 16(2), 214. <https://doi.org/10.35448/jte.v16i2.12409>
- Yunfan Lu. (2023). Exosomes treating osteoarthritis: hope with challenge. *Heliyon*, 9(1), e13152. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13152>
- Yuniati. (2019). 濟無No Title No Title No Title. 1–22.
- zahra. (2017). 濟無No Title No Title No Title. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2, 36–45.