

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfionita, A., & Hayati, A. F. (2023). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Belanja Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Jurnal Salingka Nagari*, 02(2), 421–431. <https://jsn.ppj.unp.ac.id/index.php/jsn/article/download/128/83>
- Ananda Dewi Wahyuni1), D. (2021). Konsumen Di Marketplace Shopee. *Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keamanan Konsumen Dan Implikasinya Terhadap Minat Beli Konsumen Di Marketplace Shopee Kota Jambi*, 10(01), 29–41.
- Andhiyani Rahmasari Putri, & Ari Susanti. (2022). Pengaruh E-Commerce, Sosial Media, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Belanja Shopee. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 13(01), 20–33. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.013.1.02>
- Benshlomo, O. (2023). *PENGARUH ONLINE SHOPPING ORIENTATION, ONLINE SHOPPING EXPERIENCE DAN ONLINE TRUST TERHADAP ONLINE REPURCHASE INTENTION (Studi pada Pengguna Aplikasi Shopee di Purworejo)*. 4(1), 88–100.
- Gultom, T. M. A., Manurung, H., & Simanjuntak, N. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Pakaian Online Shopee. *Jurnal Darma Agung*, 30(3), 595. <https://doi.org/10.46930/ojsuda.v30i3.2272>
- Junizar, M. N. (2019). Sponsorship Dimoderasi Oleh Citra Merek Yang Berimplikasi Pada Minat Beli (Studi Pada Pengguna Gojek Wilayah Bandung). *Jurnal Ekonomi Manajemen, April*, 5–24.
- Limbong, A. N. L. (2022). *Pengaruh Promosi, kepercayaan konsumen dan persepsi resiko terhadap minat beli secara online pada marketplace shopee di batam*. [http://repository.upbatam.ac.id/1729/%0Ahttp://repository.upbatam.ac.id/1729/1/cover s.d bab III.pdf](http://repository.upbatam.ac.id/1729/%0Ahttp://repository.upbatam.ac.id/1729/1/cover%20s.d%20bab%20III.pdf)
- Limbong, A. N. L., & Nainggolan, N. P. (2022). Pengaruh Promosi, Kepercayaan Konsumen Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Marketplace Shopee Di Batam. *Scientia Journal*, 4(7). [http://repository.upbatam.ac.id/1729/%0Ahttp://repository.upbatam.ac.id/1729/1/cover s.d bab III.pdf](http://repository.upbatam.ac.id/1729/%0Ahttp://repository.upbatam.ac.id/1729/1/cover%20s.d%20bab%20III.pdf)
- Luna, G. C., & Sudarusman, E. (2023). Pengaruh Keamanan, Convenience Risk, dan Persepsi Risiko Produk terhadap Minat Beli Online pada Situs Jual Beli Shopee. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah ...*, 3(2), 189–206. <http://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb/article/view/344%0Ahttps://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb/article/download/344/172>
- Purwanto, N. (2019). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Teknodik*, 6115, 196–215. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>
- Ridho. (2018). Bab II Landasan Teori. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Rismaya, T., Muslim, U. B., & Shiddieqy, H. A. (2022). ANALISIS MENGENAI PENGARUH PROMOSI, KEPERCAYAAN, HARGA, DAN KUALITAS

- PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI PADA E-COMMERCE DITINJAU DARI SUDUT PANDANG SYARIAH (Studi Pada Pengguna Shopee). *Sahid Business Journal*, 1(01), 49–60. <https://doi.org/10.56406/sahidbusinessjournal.v1i01.12>
- 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>
- Sutedjo, A. S. (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. <https://doi.org/10.59806/tribisnis.v3i2.40>
- Wulandari, S. A., Sari, R. P., Hadining, A. F., Perilaku, A., & Risiko, P. (2023). *Analysis of Customer Behavior and Attitudes ( General Risk ) on Satisfaction , Trust and Halal Awareness of Purchase Intentions in Food Delivery Applications Kepercayaan , dan Kesadaran Halal terhadap Minat Beli di Aplikasi*. 14(85), 99–110.
- Yanti, S. D., Astuti, S., & Safitri, C. (2023). 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>
- Zalni, Z. R., & Abror. (2019). Pengaruh Reputasi , Electronic Word of Mouth dan Web Quality Terhadap Kepercayaan Pelanggan Shopee di Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 01(2), 97–107.