

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A., Machmud, R., & Juanna, A. (2024). Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli di Online Shop Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(April), 102–114.
- Abhista, M. F., & Prijati. (2024). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Point Coffee Stasiun Gubeng Lama Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 13(11).
- Alamudi, F. F., & Utomo, S. B. (2022). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Warung Jumbo Secara Online Selama Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(12), 1–14.
- Ambarita, R., & Siagian, M. (2024). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Keamanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko Online Lazada. *Economics and Digital Business Review*, 5(1), 435–447. <https://www.ojs.stieamkop.ac.id/index.php/ecotal/article/view/1198/866>
- Asmin, E. A., Syam, A. H., & Kapriani. (2021). *Manajemen Pemasaran (Perspektif Digital Marketing)*. <https://doi.org/Media Sains Indonesia>
- Azizah, A., & Sukati, I. (2023). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli di E-Commerce Shopee. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 6(5), 522. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/DRB/article/view/30468>
- Baihaqqy, M. R. I. (2020). Manajemen Pemasaran (Marketing Mix Dan Loyalitas) (Issue September). In *Purwokerto : Amerta Media* (Issue September). <https://doi.org/Penerbit Amerta Media>
- Cania, S. R., & Teviana, T. (2024). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Layanan Premium Spotify Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(204), 2417–2423.
- Caniago, A., & Rustanto, A. E. (2022). Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Umkm Di Jakarta. *Journal of Management Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 15(3), 367–378. <https://doi.org/10.35508/jom.v15i3.7368>
- Cleavelano, A., & Evyanto, W. (2024). Pengaruh Citra Merek, Daya Tarik Iklan dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli Tissue Merek Multi di Kota Batam. *ECo-Buss*, 6(3), 1043–1054. [http://repository.upbatam.ac.id/id/eprint/2632/%0Ahttp://repository.upbatam.ac.id/2632/1/Cover s.d bab III.pdf](http://repository.upbatam.ac.id/id/eprint/2632/%0Ahttp://repository.upbatam.ac.id/2632/1/Cover%20bab%20III.pdf)
- Dewi, R. (2021). Pengaruh Daya Tarik Dan Kekuatan Iklan Terhadap Minat Pembelian. *Akuntansi Manajemen*, 18(2), 1829–8524.
- Dora, Y. M. (2024). *Manajemen Pemasaran Lanjutan di Era Digitalisasi*. <https://doi.org/Media Sains Indonesia>
- Ernestivita, G. (2023). *Manajemen Pemasaran 5.0*. <https://doi.org/PT Media Penerbit Indonesia>

- Fajri, S., Malik, D., & Wahyudi, H. (2022). Pengaruh Reputasi Produk dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Wardah Kosmetik Studi Pada Masyarakat Kota Padang Kosmetik merupakan salah satu kebutuhan manusia terutama kaum wanita . Kosmetik merupakan suatu produk yang unik karena selain memiliki. *Seminar Nasional Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 09(1), 514–535.
- Fataron, Z. A. (2021). The Impact of Shopee's Youtube Ads Shopee Version 4.4 Mega Elektronik Sale on Purchase Intention. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 3(1), 49–62. <https://doi.org/10.21580/jdmhi.2021.3.1.7442>
- Hafipah, Wardhana, A., & Rochmi, A. (2022). *Manajemen Pemasaran (Membangun Loyalitas Pelanggan)*. <https://doi.org/Media Sains Indonesia>
- Hakim, A., & Roslan, A. H. (2024). *Manajemen Pemasaran*. <https://doi.org/Media Sains Indonesia>
- Hartini. (2022). *Perilaku Konsumen (Teori dan Implementasi)*. <https://doi.org/Media Sains Indonesia>
- Jackson, Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Potongan Harga Terhadap Minat Beli dan Keputusan Penggunaan Aplikasi Belanja Shopee (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal EMBA*, 9(3), 1402–1412.
- Karnia, D. (2024). *Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, Dan Implementasi)*. <https://doi.org/Media Sains Indonesia>
- Kusuma, C. S. D. (2023). *Manajemen Pemasaran (Konsep dan Strategi Era Digitalisasi)*. <https://doi.org/Media Sains Indonesia>
- Lardo, D. R., Legowo, N., & Sundjaja, A. M. (2023). Determinant Factors of Purchase Intentions at Tokopedia in DKI Jakarta: An Integration of TAM and E-Servqual. *Binus Business Review*, 14(3), 321–330. <https://doi.org/10.21512/bbr.v14i3.9690>
- Manggala, T. A., & Hidayat, A. (2021). Pengaruh Kebijakan Harga , Citra Merek , dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Spring Bed King Koil PT . Duta Abadi Primantara. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1).
- Martani, Y., Winarsih Endang, & Ngaisah. (2024). Pengaruh Pandangan Iklan Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minatbeli Konsumen Dengan Kredibilitas Iklan Sebagai Variabel Mediasi. *Edunomika*, 08(01), 1–23.
- Meliawati, T., Gerald, S. C., & Aruman, A. E. (2023). The Effect of Social Media Marketing TikTok and Product Quality Towards Purchase Intention. *Journal of Consumer Sciences*, 8(1), 77–92. <https://doi.org/10.29244/jcs.8.1.77-92>
- Muslaty, M. U. H., & Rismawati. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Smartphone Samsung Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 13(10). <https://doi.org/10.21776/jmppk.2022.02.3.24>
- Nurhaida, & Realize. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Bukalapak Di Kota Batam. *ECo-Buss*, 5(3), 907–920. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i3.651>
- Nurhidayat, R., Suroso, A. I., & Prabantarikso, M. (2023). The Effect of EWOM, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control and Product Quality On The

- Intention To Buy Subsidized Housing. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 9(3), 467–477. <https://doi.org/10.17358/ijbe.9.3.467>
- Oktaviani, S., Putri, A. D., & Handayani, M. A. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Secara Online (Studi Kasus Pada Toko Online Lazada). *SMART :Strategy of Management and Accounting Trough Research and Technlogy*, 2(1), 37–45.
- Primadani, R. L. E., & Suwitho. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Tupperware Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan ...*, 13(2). <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/5786%0Ahttp://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/5786/5830>
- Putri, W. H., & Suryani, W. (2023). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Pada Masyarakat Pengguna Aplikasi Shopee Di Kecamatan Percut Sei Tuan The. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 4(1), 83–90. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v4i1.1614>
- Ramadhan, H. I., & Saputra, A. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pt Hijrah Insan Karima Bekasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 10(3), 637–649.
- 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>
- Rusmiyati, & Hartono, S. (2022). Influence The Influence of Product Quality, Brand Image and Promotion on Financing Decision with Customer Interest as Mediating Variable. *Journal of Consumer Sciences*, 7(1), 20–33. <https://doi.org/10.29244/jcs.7.1.20-33>
- Salam, K. N., & Hamdat, A. (2024). *Manajemen Pemasaran (Mengoptimalkan Strategi Di Era Digital)*. <https://doi.org/CV.AA.Rizky>
- Sari, N. P. R., Sri, A. A. P., & Dalem, A. A. G. R. (2023). The Influence of Perceived Risk and Trust on Interest in Visiting the Ubud Tourist Destination. *International Journal of Social Science and Business*, 7(4), 976–985. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v7i4.59109>
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Seftila, S., Saryono, O., Haris, F., & Prabowo, E. (2021). Peningkatan Minat Beli Konsumen Secara Online Dalam Aplikasi E-Commerce. *Jurnal Value*, 16(2), 499–511.
- Sibuea, E. N., Rustam2, T. A., & Id, T. A. (2022). *eCo-Buss Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sari Roti Pada Indomaret Griya Piayu di Kota Batam*. 5(12), 49–59.
- Sindiah, S., & Rustam, T. A. (2023). Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Facebook. *ECo-Buss*, 6(1), 42–52. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i1.624>
- Suardana, I. W. A., & Mahyuni, L. P. (2024). How Ease of Use , Convenience , Risk , Trust , and Security Affect Mobile Banking Use via Satisfaction.

- International Journal of Social Science and Business*, 8(3), 423–435.
- Sudirman, A., Amperawati, E. D., & Harahab, D. F. (2024). *Manajemen Pemasaran Berbasis Pelanggan*. <https://doi.org/Media Sains Indonesia>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Sutopo (ed.); ke 2). Alfabeta.
- Triadinda, D., Tingga, C. P., & Hildayanti, S. K. (2022). *Manajemen Pemasaran (Perspektif Perilaku Konsumen)*. <https://doi.org/Media Sains Indonesia>
- Trihudyatmanto, M., Prananditya, A., & Iqbal, M. A. (2022). Brand Image Islamic: Halal Food Product Quality in Relationship To Repurchase Intention. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 4(1), 1–15. <https://doi.org/10.21580/jdmhi.2022.4.1.8291>
- Tsaniya, R., & Telagawathi, N. L. W. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(1), 32–39. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i1.34390>
- Wahyuni, C., Siregar, Z. M. E., & Rambe, B. H. (2022). 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.
- Wendy. (2024). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Layanan Premium Spotify. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 3(2), 339–355.