

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Candra, and Dadang Hermawan. 2013. *E-Business & E-Commerce*. 1st ed. edited by P. Christian. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Alwafi, Fachrizi, and Rizal Hari Magnadi. 2016. "Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia.Com." *Journal of Management* 5(2):1–15.
- Arifin, Rois, Indah Nur Laili, and M. Hufron. 2016. "PENGARUH WORD OF MOUTH, PENGALAMAN BELANJA ONLINE, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP MINAT BELANJA KONSUMEN DI SITUS JUAL BELI ONLINE LAZADA (Studi Kasus Pada Mahasiswa UNISMA Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen JL.MT.Haryono 193 ." *E – JurnalRisetManajemen* 82–94.
- Faradila, Rr. Selli Nisrina, and Harry Soesanto. 2016. "Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengunjung Toko Online Berrybenka.Com Di Kalangan Mahasiswa Universitas Diponegoro)." *Jurnal Studi Manajemen Organisasi* 13(2):149. doi: 10.14710/jsmo.v13i2.13406.
- Farida, Ida, and Renny Risqiani Roesman. 2019. "Pengaruh Cognitive Dan Affective Online Shopping Experience Terhadap E-Loyalty Pada Generasi Millenial Yang Berbelanja Di Situs Belanja Online." *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa* 12(2):253. doi: 10.25105/jmpj.v12i2.4714.
- Furi, Ratna, Nur Hidayati, and Siti Asiyah. 2020. "Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Online Pada Situs Jual Beli Shopee." *E-Journal Riset Manajemen* 9(2):96–109.
- Harisno, and Deborah Herby. 2018. "The Analysis of Factors Affecting the Buying Interest of E-Commerce Customers." *CommIT (Communication and Information Technology) Journal* 12(1):13–18. doi: 10.21512/commit.v12i1.2089.
- Haryani, Dwi Septi. 2019. "PENGARUH PERIKLANAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PERUMAHAN GRIYA PUSPANDARI ASRI TANJUNGPINANG." *Jurnal Dimensi* 8(1):54–70. doi: 10.33373/dms.v8i1.1827.
- Iprice Insights. 2020. "Peta E-Commerce Indonesia." *Iprice Insights*. Retrieved October 14, 2020 (<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>).
- Juliana, Themmy Noval, Ira Brunchilda Hubner, and Innocentius Bernarto. 2020. "Ease Of Use Dan Trust Terhadap Purchase Intention Melalui Customer Satisfaction Pada Situs Web Tokopedia." *Jurnal Ecodemica* 4(2):217–29.
- Junita, Ade, and Jontro Simajuntak. 2020. "Pengaruh Iklan, Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 13(1):1–12.
- Maskuri, Muh Ali, Ergo Nurpatria Kurniawan, Mursida Kusuma Wardani, and Meli Andriyani. 2019. "Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Online." *Jurnal Manajemen*

- Kewirausahaan* 16(2):139. doi: 10.33370/jmk.v16i2.348.
- Mohseni, Shahriar, Sreenivasan Jayashree, Sajad Rezaei, Azilah Kasim, and Fevzi Okumus. 2018. "Attracting Tourists ToTtravel Companies' Websites: The Structural Relationship Between Website Brand, Personal Value, Shopping Experience, Perceived Risk and Purchase Intention." *Current Issues in Tourism* 21(6):616–45. doi: 10.1080/13683500.2016.1200539.
- Nur, Luluk Azizah. 2017. "Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Dan Persepsi Merek Terhadap Minat Beli (Studi Pada Produk Blackberry Di Kalangan Mahasiswa FE Universitas Islam Lamongan)." *EQUILIBRIUM* 5(2):123–29. doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.
- Patmawati, and Hesti Mayasari. 2019. "Pengaruh Iklan Internet, Celebrity Endorder Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Pada Shopee Di Kota Padang." *JURNAL MANAJEMEN DAN KEWIRAUSAHAAN* 10(4):1–10.
- Pradana, Putu Rico, and Gede Bayu Rahanatha. 2019. "PERAN PERCEIVED USEFULNESS DALAM MEMEDIASI PENGARUH KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT DI KOTA DENPASAR." *E-Jurnal Manajemen* 8(10):6119–38. doi: 10.18196/rab.010103.
- Putra, Algamar. 2017. "Pengaruh Iklan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Texas Chicken Pekanbaru)." *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau* 4(23–6):1–11.
- Renaldy, Bima. 2020. "ANALISIS PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, KEAMANAN BERBELANJA DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ONLINE PADA MARKETPLACE SHOPEE." *Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya* 19(1):1–10.
- Riadi, Muchlisin. 2018. "Aspek, Jenis, Tahapan Dan Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli." *KajianPustaka.Com* 1. Retrieved November 7, 2020 (<https://www.kajianpustaka.com/2018/12/aspek-jenis-tahapan-dan-faktor-yang-mempengaruhi-minat-beli.html>).
- Rizkiawan. 2020. "PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN PENGALAMAN PEMBELIAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN SECARA ONLINE DI KALANGAN MASYARAKAT SANGATTA (STUDI KASUS PADA E-COMMERCE SHOPEE)." *Jurnal Akuntansi Politeknik Negeri Samarinda* 16(1):66–75.
- Saluy, Ahmad Badawi, and Ariyananda Patana Putta. 2019. "ANALISIS KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PENGALAMAN BERBELANJA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SITUS JUAL BELI ONLINE LAZADA DI KARAWANG." *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis* 3(3):16–19.
- Sanusi, Anwar. 2017. *METODE PENELITIAN BISNIS Disertai Contoh Proposal Penelitian Bidang Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sari, Hasrini, and Aditya Setiaboedhi Paramana. 2017. "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Beli Pangan Organik Melalui Situs Online." *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis* 14(1):54–64. doi: 10.17358/jma.14.1.54.
- Sudjatmika, Fransiska Vania. 2017. "Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di

- Tokopedia.Com.” *Agora* 5(1):1–7.
- Sugiono. 2019. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF DAN KUALITATIF Dan R&D*. 1st ed. edited by Sutopo. Bandung: ALFABETA.
- Sujarweni, Wiratna, and Lila Retnani Utami. 2019. *The Master Book Of SPSS*. Yogyakarta: Startup.
- Wibowo, Agung Edy. 2012. *APLIKASI PRAKTIS SPSS DALAM PENELITIAN*. Yogyakarta: Gava Media.
- Widhiani, Asterina, and Idris. 2018. “Pengaruh Promosi, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Beli Di Situs Bukalapak (Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro).” *Diponegoro Journal of Management* 07(02):1–6.
- Yoganata, Dionisius Aditya. 2019. “Pengaruh Terpaan Iklan Dan Brand Loyalty Terhadap Minat Beli Produk Samsung Galaxy.” *Jurnal Inovasi Ilmu Sosial Dan Politik* 1(2):105. doi: 10.33474/jisop.v1i2.4791.
- Yuniyanto, Herdian Rizky, and Hani Sirine. 2018. “Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli Pengguna Youtube Dengan Brand Recognition Sebagai Variabel Intervening.” *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 8(1):21–28. doi: 10.15408/ess.v8i1.5885.