

DAFTAR PUSTAKA

- Achsa, A., & Dewi, M. S. E. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen: Studi Pada Online Shop Shopee. *Ekonomi & Bisnis*, 20(1).
- Andriani, F. (2021). Pengaruh iklan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Tokopedia (studi kasus pada pengguna tokopedia di Jabodetabek). *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(3), 266-278.
- Fauzi, S., & Lina, L. F. (2021). Peran Foto Produk, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Pada Minat Beli Konsumen Di *E-Commerce*. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 21-26.
- Furi, R., Hidayati, N., & Asiyah, S. (2020). Pengaruh keamanan, kemudahan, kepercayaan dan pengalaman berbelanja terhadap minat beli online pada situs jual beli Shopee. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(02).
- Hasdani, H., Nasir, M., & Burhanuddin, B. (2021). Persepsi Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Users Di Kabupaten Bungo. *Jurnal Manajemen Sains*, 1(3), 187-196.
- Hermawan, D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Online. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 9(2), 100-110. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v9i2.848>
- Istiqomah, N. (2023). *PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KEAMANAN DAN KEMUDAHAN TRANSAKSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN* (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Lola Rahmadona, S. P. (2023). TEORI PERMINTAAN DAN PENAWARAN. *PENGANTAR ILMU EKONOMI*, 25.

- Mambu, T. R., Tampi, J. R., & Mukuan, D. D. (2021). Kepercayaan Konsumen, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi *E-Commerce* Shopee di Kota Tondano. *Productivity*, 2(1), 79-84.
- Muhimmah, K., & Rofiki, M. (2021). Strategi Pemasaran Online Shop: Upaya Untuk Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Istiqro*, 7(2), 203-219.
- Nababan, E., Nasution, Z., & Elvina, E. (2023). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan dan Keamanan terhadap Minat Beli Konsumen pada Platform Shopee. *REMIK: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7(3), 1638-1649.
- Novitasari, N., & Sari, M. A. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen *Online* Di Marketplace. *Ekonomi & Bisnis*, 18(2), 97-108.
- Purnama, I. (2020). Pengaruh promosi *online* dan endorsmen selebgram terhadap minat beli konsumen. *Youth & Islamic Economic Journal*, 1(02), 14-20.
- Purwati, V. D. (2018). *Pengaruh Relationship Marketing, Keamanan Transaksi, Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Empiris di Universitas Muhammadiyah Magelang)* (Doctoral dissertation, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang).
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 312-318.
- Romadhona, S., Murdadlo, K., Huda, K., & Huda, M. (2023). PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI SHOPEE DI

KABUPATEN PASURUAN. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(4), 556-566.

Sari, C., & Rodhiah, R. (2020). Pengaruh kepercayaan, persepsi harga, dan kinerja operasional terhadap minat beli pelanggan lazada. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(4), 897-905.

Supartono, S. (2022). Pengaruh Harga, Kemudahan Bertransaksi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli *Online* Di *E-Commerce* Shopee Pada Masa Pandemi Covid 19. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(2), 210-218.

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.

Ujia, N., Munawaroh, R. S., & Mawardi, I. (2019). Pengaruh kepercayaan terhadap minat beli *online*. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 19(2)