

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian di *Online Shop* Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Tahun 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(1), 127-135.
- Amin, M. F. dan Husna, K. (2020). Analisis Persepsi Harga, Kualitas Website, dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Konsumen pada Tokopedia.com. *Journal of Multidisciplinary Studies*, 4(1), 117-132.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). *Pengguna Internet di Indonesia*. [Online]. Tersedia <https://apjii.or.id/survei>. (Diakses pada 24 Oktober 2021).
- Badan Pusat Statistik. *Statistik E-commerce 2020*. [Online]. Tersedia <https://www.bps.go.id/publication/2020/12/24/2548417ddc6dab8247553124/statistik-e-commerce-2020.html>. (Diakses pada 24 Oktober 2021)
- Bakti dkk. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, dan Harga terhadap Minat Beli pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, 12(1), 101-118.
- Basuki dan Prawoto, N. (2016). *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis: Dilengkapi Aplikasi SPSS dan Eviews*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Eka, P. dan Nurcaya, N. (2017). Pengaruh Kualitas Website terhadap Kepercayaan Konsumen dan Persepsi Risiko Konsumen. *Jurnal Manajemen*, 7(9).
- Fajriah dkk. (2021). Peran Media Sosial sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Thriftelniz Online Shop. In *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE)*, 1(3).
- Furi dkk. (2020). Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan dan Pengalaman Berbelanja terhadap Minat Beli pada Situs Jual Beli Shopee. *Jurnal Riset Ilmiah Manajemen*, 9(2), 96-109.
- Goenadhi, L. dan Nobaiti. (2017). *Pengantar Ekonomi Mikro*. Banjarbaru: Scripta Cendekia.
- Hanum dan Hidayat. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike di Kota Medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 6(1).
- Hidayati, S. (2019). *Teori Ekonomi Mikro*. Tangerang Selatan: Unpam Press
- Katadata. *Presentase Pengguna E-commerce*. [Online]. Tersedia <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/tren-pengguna-e-commerce-2017-2023>. (Diakses pada 24 Oktober 2021).
- Khotimah, K. dan Febriansyah, F. (2018). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Konsumen, dan Kreativitas Iklan terhadap Minat Beli

Konsumen *Online Shop*. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 1(1), 19-26.

Kotler dan Armstrong. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi 1*. Jakarta: PT. Indeks.

Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga

Kotler dan Armstrong. (2011). *Marketing Management*. Pearson Education.

Kotler dan Keller (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler dan Keller. (2016). *Marketing Management*. Pearson: Prentice Hall.

Kuswibowo, C. dan Murti, A. K. (2021). Analisis Pengaruh *Brand Image*, *Promotion* dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Minat Beli pada Aplikasi *Online Shop*. *Jurnal Manajemen Industri dan Logistik*, 5(1), 53-61.

Lampengan dkk. (2019). Pengaruh Motivasi, Kepercayaan, dan Sikap Konsumen terhadap Minat Beli Pengguna *Online Shop* Zalora pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsrat Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(7).

Maulidiyah, N. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan dan Keamanan terhadap Minat Beli *Online* Melalui Media Sosial (Studi pada Konsumen *Online Shop*). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2).

Nulufi, K. dan Murwatiningsih. (2015). Minat Beli sebagai Mediasi Pengaruh *Brand Image* dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Batik di Pekalongan. *Management Analysis Journal*, 4(2), 129-141.

Rohman, F.N. (2021). Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan Online, dan Kemudahan terhadap Minat Beli secara Online di Tokopedia (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Muhammadiyah Cilacap). *Jurnal Ekonomi*, 11(2), 51-60.

Rumbiati, R. dan Heriyana, H. (2020). Pengaruh Gaya Hidup dan Kemudahan terhadap Minat Beli Mahasiswa dalam Berbelanja *Online*. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis*. 1.(1), 57-65.

Salimun, S., & Sugiyanto, S. (2019). Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Konsumen Pada Rumah Makan Begal (Bebek Galak). *Proceedings Universitas Pamulang*, 1(1).

Salsyabila dkk. 2021). Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat beli pada marketplace shopee. *JURNAL MANAJEMEN*, 13(1), 37-46.

Santoso, I. (2016). Peran Kualitas Produk dan Layanan, Harga, dan Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen. *The Asian Journal of Technology Management*, 15(1), 94-109.

- Sari, C., dan Rodhiah, R. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, dan Kinerja Operasional Terhadap Minat Beli Pelanggan Lazada. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(4).
- Schiffman dan Kanuk. (2015). *Consumer Behaviour*. Global Edition.
- Simanjuntak dkk. (2019). Persepsi Mahasiswa pada Jasa Belanja *Online* Shopee (Studi pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal Acta Diurna Komunikasi*, 8(1).
- Sitorus, S. D. dan Mawardi, M. K. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli *Online* (Studi pada Mahasiswa Pengguna Aplikasi Jual Beli *Online* Carousell). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 73(1), 141-150.
- Slameto, (2010). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka.Cipta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV.
- Suharto, C. A. ., Tumbel, A. L., & Trang, I. (2016). Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen pada PT. Remaja Jaya Mobilindo Manado. *Jurnal EMBA*, 4(3), 209–221.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi III*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Widhiani, A. dan Idris. (2018). Pengaruh Promosi, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Konsumen, dan Kualitas Informasi terhadap Minat Beli di Situs Bukalapak (Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Journal Of Management*, 7(2), 63-68.
- Widyawati, L. dan Slamet, G. (2021). Pengaruh Marketing Mix terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Melalui *E-commerce* oleh Mahasiswa di STIA ASUH Mitra Solo. *Surakarta Management Journal*, 3 (1), 43-59.
- Yonaldi, S., Defita, F. M., & Zulbahri, L. (2019). Analisis Pengaruh Trust, Perceived Of Use, dan Perceived Risk terhadap Minat Beli Online Shop Menggunakan Instagram di Kota Padang. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 10(2), 16–23.