

Daftar Pustaka

- Agustin, C. A., & Heliyanto, G. R. (2020). Pengaruh Reputasi Terhadap Minat Beli Produk Skincare di Shopee. *Business Economic, Communication, and Social Sciences (BECOSS) Journal*, 2(1), 39-52.
- Alwafi, F., & Magnadi, R. H. (2016). Pengaruh persepsi keamanan, kemudahan bertransaksi, kepercayaan terhadap toko dan pengalaman berbelanja terhadap minat beli secara online pada situs jual beli tokopedia. com. *Diponegoro Journal of Management*, 5(2), 134-148.
- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(1), 660-669.
- Amin, M. F., & Husna, K. (2020). Analisis Persepsi Harga, Kualitas Website, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Tokopedia. Com. *Academica: Journal of Multidisciplinary Studies*, 4(1), 117-132.
- Bakhtiar, M. R., & Sunarka, P. S. (2020). Faktor-Faktor Peningkat Minat Beli Pelanggan Elevenia Di Kota Semarang. *Solusi*, 18(2).
- Bugyei, G. (2020). Factors Influencing Consumers' Purchase Decision of Mobile Phones in the Mfantseman Municipality of Ghana. *Journal of Information Engineering and Applications*, 10(4), 21–33
- Chusnah, C., & Indriana, K. T. (2020). Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Fintech. *Kinerja*, 3(1), 111-122.
- Damayanti, R. S. (2019). Pengaruh online customer review and rating, e-service quality dan price terhadap minat beli pada online marketplace shopee (Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Magelang). In *UMMagelang Conference Series* (pp. 684-693).
- Deborah, W. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Berbelanja, Reputasi Website, Dan Kualitas Website Terhadap Minat Beli Online: Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(1).
- Fachmi, M. I., & Astuti, S. R. T. (2016). Analisis Kemenarikan Desain Website, Reputasi Vendor, dan Persepsi Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online dengan Persepsi Nilai Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 657-673.

- Fernanda, M. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan, Daya Tarik Iklan Internet, dan Kualitas Website Terhadap Pembelian Impulsif. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(5), 07-12.
- Handayani, S. B., & Martini, I. (2017). Online Marketing Memoderasi Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Produk Sulam Pita Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Empiris Pada Konsumen Produk Unggulan Ukm Di Semarang).
- Hendro, C. R., & Hidayat, W. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Handphone Merek Iphone Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(4), 177-184.
- Irawan, I. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Pada Aplikasi Online Dimasa Pandemi Covid-19. *Kelola: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(1), 9-16.
- Japariato, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35-43.
- Jati, D. P. (2015). Pertimbangan Konsumen dalam Membeli Produk Gula Kelapa di Kabupaten Banyumas. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 23(2), 125-134
- Jonatan, J. (2019). Pengaruh Orientasi Belanja dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Belanja Online JD. ID Jakarta. *Journal of Economics and Business UBS*, 8(1), 56-66.
- Khoir, A., & Chairy, C. (2020). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Khusus Pria di Online Shop elvicto. id. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(2), 123-128.
- Kholis, A. A., & Madiawati, P. N. (2019). Pengaruh Keamanan Situs Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Di Situs Belanja Online Shopee. *eProceedings of Management*, 6(2).
- Kusuma, H., & Trihudiyatmanto, M. (2021). Anteseden Minat Beli Online di Marketplace Sociolla. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 3(1), 1-11.
- Lapian, S. J., & Roring, F. (2018). Pengaruh Kepercayaan, dan Motivasi terhadap Minat Beli Pengguna Shoppe secara Online Pada Anggota Pemuda GMIM Zaitun Mahakeret. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(4).

- Masruroh, S. (2017). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Instagram Pada Azkurah Online Shop Di Surabaya.
- Megawati, E. (2020). Analisis Penggunaan Aplikasi dan Promosi Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Situs Jual Beli Online. *Jurnal BENEFIT*, 7(2), 103-113.
- Mustafa, J., & Al-Rifat, A. (2019). Factors influencing customers' buying decisions of mobile phone in Dhaka, Bangladesh. *The Business & Management Review*, 10(5), 199-205.
- Nalendra, A. R. A., Winarno, S. H., Susanti, I. D., & Latumahina, J. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Produksi Tiongkok Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Hp Android Xiaomi). *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(12), 1171-1181.
- Novitasari, N., & Sari, M. A. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen Online Di Marketplace. *Ekonomi & Bisnis*, 18(2), 97-108.
- Orariri, C. A. (2020). Analisis Minat Beli Online Pada Shopee (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Shopee Di Kota Bandar Lampung). *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 1(2), 10-10.
- Panjaitan, H. P., & Handoko, W. (2017). Analisis Pengaruh Marketing Mix 7p (Product, Price, Place, Promotion, Physical Evidence, People, Process) Terhadap Keputusan Pembelian Banner Pada Cv. Apple Print. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(4), 476-486.
- Permana, A. I. (2020). Pengaruh Kualitas Website, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Pelanggan di Situs Belanja Online Bukalapak. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 25(2).
- Purwanti, E. (2012). Analisis Faktor-faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Departement Store/Supermarket di Salatiga. *Among Makarti*, 4(1).
- Putri, G. P., & Welsa, H. (2021). Pengaruh Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Pembelian Di Shopee:(Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Yogyakarta Yang Menggunakan Shopee). *Jurnal Manajemen, Ekonomi, Keuangan Dan Akuntansi*, 2(1), 28-32.

- Riswandi, R. (2019). Pengaruh Reputasi Penjual dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan Konsumen yang Berdampak pada Keputusan Pembelian. *Digital Economic, Management and Accounting Knowledge Development (DEMAND)*, 1(2), 42-55.
- Salsyabila, S. R., Pradipta, A. R., & Kusnanto, D. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 37-46.
- Savalas, R. (2019). Pengaruh Kualits Informasi dan Keamanan yang Dirasakan terhadap Kepercayaan Pelanggan (pada Situs Toko Online Lazada). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(2), 205-212.
- Setiawan, I. G. A., & Sukardi, S. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pada Situs Jual-Beli Online. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 6(2), 179-191.
- Shahnaz, N. B. F., & Wahyono, W. (2016). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Toko Online. *Management Analysis Journal*, 5(4).
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *JURNAL MANDIRI: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*, 4(1), 38-51.
- Subagja, M. R., & Trianasari, N. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Adidas Di Bandung. *eProceedings of Management*, 7(1).
- Sudrajad, A. B., & Andriani, D. R. (2015). Pengaruh atribut produk terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk abon jamur tiram di perusahaan ailanifood Kota Malang Jawa Timur. *Habitat*, 26(2), 71-79.
- Sugiarto, F. (2019, October). Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Dalam Keputusan Pembelian Magic Com Yongma Ymc 114 Di Surabaya. In *Seminar Nasional Ilmu Terapan (SNITER)* (pp. E13-E13).
- Suhatman, S., Sari, M. R., Nagara, P., & Nasfi, N. (2020). Pengaruh Atribut Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Kota Pariaman di Toko Online Shopee. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 1(2), 26-41.
- Suprpto, D. A., Nurmalina, R., & Fahmi, I. (2014). Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian produk susu bubuk pertumbuhan. *Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen*, 7(2), 113-122.

- Sutono, S. (2018). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Minat Beli Dalam Pembelian Online Produk Fashion Wanita Pada Lazada Indonesia. *Jurnal Studi Manajemen Bisnis*, 2(1).
- Tjakraatmadja, A. T. N. (2019). Pengaruh Reputasi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Produk Kosmetik di Instagram. *Agora*, 7(1).
- Tugiso, I., Haryono, A. T., & Minarsih, M. M. (2016). Pengaruh relationship marketing, keamanan, kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian online shop dan loyalitas konsumen sebagai variabel intervening (Studi kasus pada onlineshop “Numira” Semarang). *Journal of Management*, 2(2).
- Yurinder, Novan. (2020). Motif Pengunjung Kedai Kopi Di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 23(1), 20-29.
- Yusendra, A. E. (2016). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan destinasi wisata bagi wisatawan domestik nusantara. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya*, 1(01), 46-64.
- Zalni, Z. R. & Abror (2019). Pengaruh Reputasi, Electronic Word of Mouth dan Web Quality terhadap Kepercayaan Pelanggan Shopee di kota Padang (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Padang).