

DAFTAR RUJUKAN

- Adabi, N. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 32–39. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>
- Alfionita, & Hayati, A. F. (2023). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Belanja Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Jurnal Salingka Nagari*, 2(2), 421–431. <https://doi.org/10.24036/jsn.v2i2.128>
- Ardira, M. S., & Aribowo, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Tiktok Shop di Surabaya. *Neraca*, 1192, 446–460.
- Caniago, A. (2022). Analisis Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(3), 219. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i3.652>
- 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>
- Daga, R. (2019). *Buku 1, Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (Issue May 2017).
- dalam Sugiyono, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Darmanto, A. (2021). Pengaruh Kualitas Website Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Di Bukalapak. Com. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 20–23. <https://doi.org/10.32815/jubis.v2i1.444>
- Dasopang, N. (2024). Commerce Bisnis Dan Internet. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Syariah JIEMAS*, 3(1), 1–240. <https://doi.org/10.55883/jiemas.v3i1>
- Farida, A., Nizar, M., Maghfur, I., & Lailanuh. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Sistem Pembayaran. *Iqtisodina*, 06, 66–75.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Gemilang, B., & Sutedjo, B. (2023). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Nilai Pelanggan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Laptop ASUS Republic of Gamers). *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 400–407.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Progran IBM SPSS 26* (Edisi 9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadiantini, R., & Samino. (2020). Pengaruh Kualitas Website, Pengetahuan Produk, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Di Online Shop Toko Trubus. *In Search*, 19(2), 268–282. <https://doi.org/10.37278/insearch.v19i2.338>
- Harita, E. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhaap Minat Beli Konsumen di UD. Rendah Hati Kecamatan Teluk Dalam. In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan* (Vol. 5, Issue 2). <https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/jim/article/view/609>

- Harmayani, H., Marpaung, D., Hamzah, A., Mulyani, N., & Hutahaean, J. (2020). *E-Commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Harto, B., Ariyanti, I., & Rahman, M. A. (2024). *E-COMMERCE* (M. T. . Ingrid Yanuar Risca Pratiwi, S.S.T. (ed.); Issue March). PT Penamuda Media.
- Hermawan, D. J. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Online. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 9(2), 100–110. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v9i2.848>
- Jarti, N., Hutabri, E., & Fauzi, R. (2023). *Sistem E-Commerce*.
- Jundrio, H., & Keni, K. (2020). Pengaruh Website Quality, Website Reputation Dan Perceived Risk Terhadap Purchase Intention Pada Perusahaan E-Commerce. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 229–239. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v4i2.7802>
- Kaharudin, E., Triyono, D., & Vernando, A. N. (2021). Analisis Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk, Kualitas Website, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 8(2), 1–8. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v8i2.12046>
- Kalsum, E. U. (2022). Pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen menggunakan mesin cuci merek polytron di medan. *E-QIEN*, 11(3), 370–378.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management* (15th Globa). Pearson Education Limited.
- Laudon, K. C. (2014). *Management Information Systems 13th Edition*. GLOBAL EDITION.
- Mambu, T. R., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2021). Kepercayaan Konsumen, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi E-Commerce Shopee di Kota Tondano. *Productivity*, 2(1), 26–36. <https://doi.org/10.37715/vicidi.v12i1.2934>
- Megawati. (2023). Pengaruh Word of Mouth (WOM) Terhadap Minat Beli Mebel Di Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 12(2), 414–416. <https://jurnal.mdp.ac.id/index.php/forbiswira/article/download/4657/1111/>
- Munatsir, J. (2022). *Pengaruh Pengalaman Berbelanja, Kepercayaan Konsumen dan Promosi Terhadap Minat Beli*. 1–21.
- Nisak, H., & Sukaris. (2022). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Promosi Media Sosial Dan Celebrity Endoser Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Online Shop Shopee. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Volume*, 3(02), 138–148. <http://dx.doi.org/10.30587/mahasiswamanajemen.v2i02.4728>
- Novianti, N., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Minat Beli dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket Victoria Tiban. *ECo-Buss*, 6(1), 66–78. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i1.656>
- Nurrahma, A., Samari, & Sardanto, R. (2023). Pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada cv nagha asmara. *Simposium Manajemen Dan Bisnis II*, 2(E-ISSN: 2962-2050), 151–159. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/3175/2474>
- Pasaribu, E. W., Daulay, A., & Surbakti, S. B. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli E-Commerce Shopee

- Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas AL Azhar. *Jurnal Bonanza Fakultas Ekonomi Universitas Al Azhar Medan*, 3(1), 32–39.
- Prasetyo, M. H., & Hasyim. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Secara Online. *Nusantara Hasana Journal*, 1(11), 22–32. <http://nusantarahasanajournal.com/index.php/nhj/article/view/279%0Ahttp://nusantarahasanajournal.com/index.php/nhj/article/download/279/194>
- Priatama, A. J. H., Arifianti, R., & Dai, R. R. M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada Bakara Cafe & Kitchen Depok. *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(2), 1270–1284. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i2.1162>
- Purbohastuti, A. W., & Hidayah, A. A. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 37–46. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i3.2528>
- Putri, A. R. (2022). Pengaruh E-Commerce, Sosial Media Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Belanja Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 13(2), 20–33. <https://doi.org/doi.org/10.21009/JRMSI.013.1.02>
- Putri, F. K., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Matahari Department Store Di Mantos 2. *Jurnal EMBA*, 9(1), 1428–1438. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/33202>
- Putri, N. A., Madjid, R., Nasrul, Yusuf, & Isalman. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan Kualitas Website Terhadap Minat Beli Pakaian Di Shopee. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 14(2), 525–540. <http://ojs.uho.ac.id/index.php/manajemen>
- Rosiana, I., Surindra, B., & Prastyaningtyas, E. W. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Belanja Online Shopee. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri*, 1, 684–691. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/963%0Ahttps://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/download/963/839>
- Rosyani, P., & Rahman, A. (2022). Pembuatan Company Profile Berbasis Web Pada Pinarax Shoe. *OKTAL : Jurnal Ilmu Komputer Dan Science*, 1(7), 930–934. <https://journal.mediapublikasi.id/index.php/oktal>
- Saidani, B., Lusiana, L. M., & Aditya, S. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Website dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang Pada Pelanggan Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 10(2), 425–444.
- Saputra, F. B., Samari, & Sardanto, R. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Sistem Pembayaran Cod (Cash On Delivery) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee di Kecamatan Pare. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 8, 751–759. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/3768>
- Sony, M., & Arif, Z. (2020). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Produk Tabungan Emas Pegadaian. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 8(2), 472–481.

- <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/32397>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumaa, S., Soegoto, A. S., & Samadi, R. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli di -commerce Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *EMBA*, 9(4), 304–313.
- Surentu, Y. Z., Warouw, D. M. D., & Rembang, M. (2020). Pentingnya Website Sebagai Media Informasi Destinasi Wisata Di Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Minahasa. *Acta Diurna Komunikasi*, 2(4), 1–17. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/31117/29843>
- Susilowati, I., Budiman, & Umami, I. (2022). Perancangan Sistem Informasi Surat Menyurat Pada Sekolah Dasar Dikampungbaru Berbasis Website. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis-JTEKSIS*, 4(1), 455–461. <https://doi.org/https://doi.org/10.47233/jteksis.v4i2.580>
- Tirta, A. (2024). Buku: Pengantar E-Commerce. In Efitra & N. Dihniah (Eds.), *Sustainability (Switzerland)* (Efitra, nu, Vol. 11, Issue 1).
- Wardani, S. K., & Hartono, W. E. (2024). Pengaruh Kualitas Website, Variasi Produk, Dan Persepsi Harga, Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Bukalapak. *Cemerlang: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 4(1), 293–308. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v4i1.2468>