

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Wani, Tahir, dan Saiyed Wajid Ali. 2016. "Determinants of Online Purchase Intentions: A Study of Indian Buyers." *Amity Journal of Management Research AJMR Amity Journal of Management Research* 1(1):94–109.
- Aptaguna, Angga, dan Endang Pitaloka. 2016. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek." *Widyakala Journal* 3(2012):49. doi: 10.36262/widyakala.v3i0.24.
- Arifin, Zainul. 2012. "Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan Online, dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Secara Online (Studi Pada Konsumen Toko Online JD, ID)." *Экономика Региона* (Kolisch 1996):49–56.
- Asri, Syawal, dan Febsri Susanti. 2018. "PADA E-COMMERCE LAZADA . CO . ID (Studi Pada Mahasiswa Jurusan S1 Manajemen ' STIE KBP ' Padang)." *INA-Rxiv Papers* 348.
- Azifah, Nurul, dan Citra Kusuma Dewi. 2016. "Pengaruh Shopping Orientation, Online Trust Dan Prior Online Purchase Experience Terhadap Online Purchase Intention (Studi Pada Online Shop Hijabi House)." *Pengaruh Shopping Orientation, Online Trust Dan Prior Online Purchase Experience Terhadap Online Purchase Intention (Studi Pada Online Shop Hijabi House)* 20(2):115–26.
- Baskara, Isnain Putra, dan Guruh Taufan Hariyadi. 2014. "KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI SITUS JEJARING SOSIAL (SOCIAL NETWORKING WEBSITES) (Studi Pada Mahasiswa di Kota Semarang)." *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro* (2011):1–15.
- Dewi, Nurna Dewi. 2019. "PENGARUH KEMUDAHAN, KEAMANAN DAN PENGALAMAN PEMBELIAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE MENGGUNAKAN APLIKASI SHOPEE (Studi kasus mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Maarif Hasyim Latif

- Sidoarjo).” *JURNAL EKOMAKS: Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi* 8(1):25–32. doi: 10.33319/jeko.v8i1.29.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* 25. 9 ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartawan, Erick, Delfin Liu, Marc Richardo Handoko, Geraldo Evan, dan Handyanto Widjojo. 2021. “Pengaruh Iklan Di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada E-Commerce.” *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*. 8(1):217–28. doi: 10.35794/jmbi.v8i1.33853.
- Imari, Sophia, Perman Honeyta Lubis, dan Syafrudin Chan. 2017. “Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan Online Dan Pengalaman Pembelian Sebelumnya Terhadap Niat Pembelian Konsumen Secara Online Dengan Perbedaan Gender Sebagai Variabel Pemoderasi.” *Jurnal Perspektif Manajemen dan Perbankan* 8(3):49–70.
- Kusuma, Distiani Fitria, dan Berlian Gressy Septarini. 2013. “Pengaruh Orientasi Belanja Terhadap Intensi Pembelian Produk Pakaian Secara Online Pada Penggunaonline Shop.” *Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi* 2(3).
- Mardiah, Ainil, dan Anugrah Hamdi. 2020. “Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan, Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Ulang Secara Online.” *MENARA ilmu XIV(02):1–11*.
- Mustapa, Adi, Patricia Diana Pharamita, dan Leonardo Budi Haisolan. 2018. “Pengaruh kualitas produk, harga produk, dan keragaman produk sparepart toyota terhadap minat beli konsumen dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (Studi pelanggan pt. new ratna motor semarang).” *Journal Of Management* 4(4):1–14.
- Nurhidayah, L. 2020. “Pengaruh Orientasi Dan Kepercayaan Belanja Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Toko ‘SHOPEE.’”
- Nurrahmanto, et al. 2015. “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenikmatan Berbelanja, Pengalaman Berbelanja dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen di Situs Jual Beli Online Bukalapak.com.” *Feb Undip* 20.

- Purba, Nurhenni. 2019. "Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan dan Pengalaman Pembelian Online Terhadap Minat Beli di Toko Online."
- Putri, Gita Ardy. 2019. *ANALISIS TRUST, WEBSITE QUALITY DAN ORIENTASI BELANJA TERHADAP MINAT BELI ONLINE SHOP PADA MAHASIWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UPS TEGAL*. Vol. 45.
- Rohmatulloh, Cincin, dan Devilia Sari. 2019. "Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Shopee." *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Ekonomi* 3(2):1–8.
- Same, Siiri, dan Jorma Larimo. 2012. "marketing theory: experience marketing and experientel marketing." doi: 10.3846/bm.2012.063.
- Sugiyono. 2019. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. Bandung: ALFABETA.
- Suharsimi, Arikunto. 2019. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tugiso, Ilham, Andi Tri Haryono, dan Maria M. Minarsih. 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):1–18.
- Utama, Louis, dan Yuniarwati. 2016. "Pengaruh Merek, Kepercayaan dan Pengalaman Terhadap Niat..." XXI(03):420–35.
- Wijayanti, Rena Feri, Joni Dwi Pribadi, Joni Dwi Pribadi, Lina Budiarti, dan Lina Budiarti. 2019. "Pengaruh Orientasi Belanja Konsumen Terhadap Minat Pembelian Secara Online." *Adbis: Jurnal Administrasi dan Bisnis* 12(2):162. doi: 10.33795/j-adbis.v12i2.54.
- Zuharroh, Anggita Gayuh Novi. 2020. "PENGALAMAN PEMBELIAN TERHADAP MINAT BELI SECARA ONLINE (Studi Pada Toko Online Shopee) RINGKASAN SKRIPSI."
- Zulfikar, M. R., dan T. Yuniati. 2015. "Pengaruh Kepercayaan terhadap Niat Beli Pada OLX dengan Sikap Setuju sebagai Mediasi." *Jurnal Ilmu dan Riset ...*
4.

