

DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, S., & Japarianto, E. (2020). Pengaruh Tampilan Web dan Harga Terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee. *Manajemen Pemasaran* , 35-43.
- Aisyah, S. (2020). Analisis Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pembelian Secara Online Pada Hilma Olshop.
- Darmanto. (2016). Manajemen Pemasaran untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. In *1 ed* (p. 5). Yogyakarta: Deepublish.
- Databoks. (2021). *GrabToko, Perusahaan E-Commerce dengan Pengaduan KonsumenTerbanyak*. Jakarta:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/12/>
- Difa, S. A., & Arianto, N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Nirwana Gemilang Property. *Disrupsi Bisnis* , 108-119.
- Engel, F. J., Blackwell D., R., Miniard, w., & Paul. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Ahli Bahasa Budiayanto. Binarupa Aksara, Jilid 1.
- Hafifah, A., & Nofri, O. (2018). ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM MELAKUKAN ONLINE SHOPPING DI KOTA MAKASSAR. *Manajemen, Ide, Inspirasi* , 113-132.
- Hasannah, F. (2019). Pengaruh Tingkat Religuitas, Pengetahuan, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Plembang Pada Bank Syariah. 485-495.
- Hidayah, A., & Purbohastuti, A. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endors. *Bisnis Terapan* , 37-46.
- Ikhtiono, G., Tanjung, H., & Murfadila, A. (2021). Pengaruh promosi, Kehalalan Produk dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Pengguna E-Commerce Shopee pada Mahasiwa Fakultas Agama Islam Universitas Ibnu Khaldun Bogor. *Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* , 38-52.
- Ikhtiono, G., Tanjung, H., & Murfadila, A. (2021). Pengaruh promosi, Kehalalan Produk dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Pengguna E-Commerce Shopee pada Mahasiwa Fakultas Agama Islam Universitas Ibnu Khaldun Bogor. *Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* , 38-52.

- Indra, P. A. (2020). Pengaruh Kualitas Website, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Planggan Disitus Belanja Online Bukalapak. *Ekonomi Bisnis* , 94-110.
- Investor.id. (2021). *Selama Pandemi, ALFI: Belanja Online Naik 37%*. Jakarta: <https://investor.id/business/276132/selama-pandemi-alfi-belanja-online-naik-37>.
- Kompas.com. (2021). *Viral, Cerita Korban penipuan Paket COD Fiktif, Ini TanggapanLazada*. Jakarta: <https://www.kompas.com/tren/read/2021/10/19/> diakses pada 9 Juli 2022
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid satu. Jakarta : Eelangga*.
- Kustanto, D., Pradipta, A., & Salsyabila, S. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli pada Marketplace Shopee. *Manajemn* , 37-46.
- Lazada.co.id diakses pada Mei 2, 2023 from <https://www.lazada.co.id>
- mediakonsumen. (2022, Agustus 4). Retrieved Agustus 15, 2022, from <https://mediakonsumen.com>: <https://mediakonsumen.com/2022/08/04/>
- Notoatmodjo. (2003). In Seokidjo, *Pendidikan & Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Okta, H. &. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Online Shopping Di Kota Makassar. *Manajemen, Ide, Inspirasi* , 113-132.
- Permana, A. I. (2020). *Pengaruh Kualitas Website, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Pelanggan Di Situs Belanja Online Bukalapak* , 94-110.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku konsumen dalam persangan bisnis kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Purba, T., & Pane, D. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli di Situs E-Commerce Bukalapak. *Ilmu Kohesi* , 156-167.
- Purwanto, S. (2017). Perilaku Pembelian Produk Fashion Didasarkan Pada Kepercayaan Menggunakan Media sosial. *Manajemen dan Bisnis* , 55-67.
- Rahmawati, Basalamah, M. R., & Putri, K. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Pengguna dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Konsumen

- (Studi Pad Pengguna E-commerce Sociolla di Kota Malang). *Riset Manajemen* , 100-110.
- Rustanto, A. A., & Caniago, A. (202). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM di Jakarta. *Pemikiran dan Penelitian Bidang Administrasi, Sosial, Humaniora, dan Kebijakan Publik* , 19-25.
- Santoso, S. B., & Adyanto, B. C. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, Harga, Dan Kepercayaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Layanan E-Commerce Berrybenka.com). *Manajemen* , 1-20.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan - Pendekatan Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet, CV.
- Suharti, & Apriyani, N. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, PersepsiI Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna Smartphone Xiaomi. *Manajemen Dwantara* , 21-34.
- TopBrandIndex*. (2022, 10 17). Retrieved 10 17, 2022, from TopBrandAward: https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2022