

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, W. A., (2020). Pengaruh Realisasi Kompensasi Finansial Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Tingkat Kedisiplinan Dan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada PT Perkebunan Nusantara VIII Bojongdatar. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa (JRBMT)*
- Aditya, W., dkk (2020). Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII).
- Aulia, H. S., Muhammad Zakky, A., (2021). Pengaruh Korean Wave Dan Ulasan Online Terhadap Minat Beli Produk *Skin Care* Korea Selatan. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*.
- Dedy, A. H., Dita, A., (2018). Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*.
- Deliana, M, P., (2017) Pengaruh *Online Shopping Enjoyment* dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Pembelian Produk Fashion Hijab di *Commerce*.
- Dyah, K., Saifudin., (2020). Pengaruh Persepsi Harga dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Secara Online Saat Pandemi COVID-19 Pada Masyarakat Millenia Di Jawa Tengah. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Donni Juni Priansa. 2017. Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Ilmiyah, K., dan Krishernawan, I. (2020). Motivasi Berbelanja di Marketplace Shopee. Mojokerto: Darmawiyata Press.
- Intan, R, S., dkk (2019). Peran Ulasan Produk dan Foto Produk yang Ditampilkan Penjual pada Marketplace Shopee terhadap Minat Beli Pria dan Wanita. *Jurnal Manajemen dan Bisnis VOL. 2 No. 2*.
- Khafidatul, I., Indra K., (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*.
- Khowim, A., dkk (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Ulasan Produk terhadap Minat Beli Ulang Emina pada Official Store di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*.

- Masyita, I., Helni, M., Soeparwoto, D., (2018). Pengaruh *Consumer Online Rating and Review* Terhadap Minat Beli Konsumen pada Marketplace Tokopedia di Wilayah DKI Jakarta.
- Prathama, Frenky & Sahetapy, Wilma Laura. (2019). “Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang Konsumen E-Commerce Lazada”.
- Salman, F., Qahfi, R, S. (2020), Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen, Vol. 3. No. 1*
- Stepanus, Dwi., Audita, N., (2021). Pengaruh Kepercayaan, Promosi, dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Akomodasi di Aplikasi Traveloka. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen, Vol.6, No. 1.*
- Suliyanto (2018). Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugara, A., dan Dewantara, R. Y. (2017). Analisis Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Penggunaan Sistem Transaksi Jual Beli Online (Studi Pada Konsumen “Z”). *Jurnal Administrasi Bisnis, 52(1), 8-15.*
- Sugiyono, 2017. Metode Penelitian Bisnis (Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung: Alfabeta