

## DAFTAR PUSTAKA

- Arianty, Nel., dan Andira, Ari. 2021. *Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian*. Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen. Vol 4., No.1: 39-50.
- Ersaningtyas, Awalina Putri., dan Susanti, Ety Dwi. *Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Menggunakan Rekening Bersama Shopee*. Jurnal Bisnis Indonesia, Vol. 10, No. 2: 185-198
- Fatmawati, Inayatullah M., 2021. *Determinasi Sikap Penggunaan dan Minat Beli (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. Dinasti Review: Jurnal Ilmu Manajemen Terapan. Vol. 2, No. 6.
- Halim, Nico Rifanto., dan Iskandar, Donant Alananto. 2019. **Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Persaingan Terhadap Minat Beli**. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB), Vol. 4, No. 3: 415-424
- Inas, Rafidah. 2017. **Analisis Keamanan Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Lazada**. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, Vol 6, No.2.
- Khotimah, Khusnul dan Febriansyah. 2018. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Konsumen & Kreativitas Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Online Shop*. Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis, Vol 1, No.1.
- Laudon. 2008. *Management Information Sistem: Organizational and Technology in The Networked Enterprise*. New Jersey: Sixth Edition
- Mardia., Simanjuntak, Mariana., dan Sipayung, Rosintan. 2021. **Strategi Pemasaran. Yayasan kita Menulis**.
- Nainggolan, Nora Pitri., dan Heryenzuz. 2018. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Rumah di Kota Batam*. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis. Vol. 19, No 1: 41-54.
- Prathama, Frenky., dan Sahetapy, Wilma Laura. 2019. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen E-Commerce Lazada*. Agora. Vol. 7, No. 1
- Poltak, Hendra. 2022. *Kewirausahaan E-Bisnis dan E-Commerce*. Diambil dari e-book
- Rambe, Dhea Nita Safina., dan Nawawi, Zuhrial. 2022. *Analisis Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Bisnis*. Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Magister. Vol. 1, No. 2: 90-95
- Ritonga, dan Muhharam, Husni. 2018. *Manajemen Pemasaran: Konsep dan Strategi*. Medan: CV. Manhaji. Diakses dari <https://id.id1lib.org/>
- Rosdiana, Riski., Haris, dan Iyus, Akhmad., 2018. **Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online**. International Journal of Social Science and Business, Vo. 2, No. 3: 169-175

- Sari, A.A.Ayu Ratih Permata., dan Yasa, Ni Nyoman Kerti. 2020. *Kepercayaan Pelanggan diantara Hubungan Citra Perusahaan dan Kewajaran Harga dengan Loyalitas Pelanggan Mapemall.com*. Jawa Tengah: Lakeisha
- Sisca., Simanjuntak, Mariana. *Pemasaran Dasar dan Konsep*. Medan: Yayasan Kita Menulis
- Solihin, Dede. (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. Vol 4., No. 1: 38-51
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Suparwi., dan Fitriyani, Syarifatu. 2020. *Pengaruh Product Knowledge, Brand Image, dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Top White Coffe Mahasiswa FEBI IAIN Kudus 2016-2017*. Bisnis: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam. Vol. 8, No.2.
- Supiani. 2021. *Pengaruh Budaya dan Persepsi Masyarakat Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah*. Al-bank: Jurnal Islamic Banking and Finance, Vol. 1, No. 1.
- Suprpto, Rifqi., dan Azizi, Zaky Wahyuddin. 2020. **Buku Ajar Manajemen Pemasaran**. Ponorogo: Myria Publisher.
- Susanti, F., dan Gunawan, A. C. 2019. *Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline di Kota Padang*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/npjqh>
- Teresya, Riyanti., Nabiilah, Rizka Rahma., dan Tunnaja, Safina., 2022. *Literature Review E-Commerce: Profitabilitas, tekanan eksternal dan kemudahan pengguna*. Jurnal Ekonomi Sistem Informasi, Vol. 3, No. 4
- Utami., dan Alvi Rizku Hady's. 2020. **Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan, dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan E-Commerce**. Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi. Vol. 1, No. 6: 79-93

#### Website

- APJII. 2020. *APJII di Indonesia Digital Outlook 2022*. Diambil dari [https://apjii.or.id/berita/detail/apjii-di-indonesia-digital-outlook-2022-857#:~:text=Internet%20Indonesia%20\(APJII\)%2C%20jumlah,ke%20internet%20pada%20tahun%202021](https://apjii.or.id/berita/detail/apjii-di-indonesia-digital-outlook-2022-857#:~:text=Internet%20Indonesia%20(APJII)%2C%20jumlah,ke%20internet%20pada%20tahun%202021)
- Databoks. 2022. *Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022*. Diambil dari [https://apjii.or.id/berita/detail/apjii-di-indonesia-digital-outlook-2022-857#:~:text=Internet%20Indonesia%20\(APJII\)%2C%20jumlah,ke%20internet%20pada%20tahun%202021](https://apjii.or.id/berita/detail/apjii-di-indonesia-digital-outlook-2022-857#:~:text=Internet%20Indonesia%20(APJII)%2C%20jumlah,ke%20internet%20pada%20tahun%202021).
- CNN Indonesia. 2022. *Konsumen Belanja Online RI Melonjak 88 Persen 2021*. Diambil dari <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20211229141536-92-740093/konsumen-belanja-online-ri-melonjak-88-persen-pada-2021#:~:text=NielsenIQ%20mencatat%20jumlah%20konsumen%20belanja,yang%20hanya%2017%20juta%20orang>
- Iprice. 2022. *Laporan Perusahaan E-Commerce Mana yang Paling Berpengaruh di Asia Tenggara pada Q1 2022*. Diambil dari <https://iprice.co.id/trend/insights/laporan->

perusahaan-e-commerce-mana-yang-paling-berpengaruh-di-asia-tenggara-pada-q1-2022/

Kompas.com. 2022. ***Mengenal Sejarah Berdirinya Tokopedia Hingga Melantai di Bursa Efek Indonesia***. Diambil dari <https://tekno.kompas.com/read/2022/06/04/17150077/mengenal-sejarah-berdirinya-tokopedia-hingga-melantai-di-bursa-efek-indonesia?page=all>

Tokopedia.com. 2022. ***Tokopedia: Kisah Kami***. Diambil dari <https://www.tokopedia.com/about/our-story/>