

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, D., & Engriani, Y. (2019). Pengaruh Reputasi, Kualitas Informasi, dan e-WOM terhadap Minat Beli pada Situs Jual Beli Online Tokopedia yang Dimediasi oleh Kepercayaan Pelanggan. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 1(4), 48–59. <https://doi.org/10.24036/jkmw0278990>
- ARDIANSYAH, F. L. (2018). *Kolaborasi riset dosen dan mahasiswa pengaruh kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial*,. 1–115.
- Artaya, I. P., & Purworusmiardi, T. (2019). Efektifitas Marketplace Dalam Meningkatkan Konsentrasi Pemasaran dan Penjualan Produk Bagi UMKM di Jawa Timur. *Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Narotama Surabaya*, 1–10.
- Bukalapak Akui 13 Juta Data yang Dijual Hacker adalah Peretasan di Maret 2019Kumparan Tech. (2020, Mei Wednesday). Retrieved from Kumparan Tech: <https://kumparan.com/kumparantech/bukalapak-akui-13-juta-data-yang-dijual-hacker-adalah-peretasan-di-maret-2019-1tMRTr1UR0G>
- Fajar Permadi & Nanang Suryadi. (2019). *PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH Terhadap keputusan pembelian kamera DSLR-Tommi Wijaya dan Eristia Lidia Paramita (12-19)*.pdf file:///Users/tasya/Downloads/22-Article Text-50-1-10-2019093. 1–18.
- Ghozali, Imam. (2014). *Structural Equation Modelling: Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)*. Semarang: Semarang Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Hanifah, N., & Rahadi, D. R. (2020). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Pembelian Secara Online pada Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(November), 112–122. <https://online-journal.unja.ac.id/mankeu/article/view/5490>
- Iprice Insights. (2019 - 2021). iprice.co.id. From [iprice insights](https://iprice.co.id): <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/en/>

- Kasus, S., Mahasiswa, P., & Yogyakarta, U. S. T. (2020). Pengaruh Komunikasi Electronic Word of Mouth dan Security terhadap Buying Interest melalui Trust Sebagai Variabel Intervening pada Online Shop Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa UST Yogyakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 3(1), 20–29. https://doi.org/10.26460/ed_en.v3i1.1392
- Maskuri, M. A., Kurniawan, E. N., Wardani, M. K., & Andriyani, M. (2019). Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Online. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 16(2), 139. <https://doi.org/10.33370/jmk.v16i2.348>
- Picaully, M. R. (2018). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Gadget Di Shopee Indonesia. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(1), 31–40. <https://doi.org/10.28932/jmm.v18i1.1094>
- Rosdiana, R., & Haris, I. A. (2018). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *International Journal of Social Science and Business*, 2(3), 169. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v2i3.16240>
- Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2019). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 318. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v11i1.20164>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- 13 Juta Data Bocor Bukalapak Dijual di Forum Hacker. (2020, mei wednesday). Retrieved from Cnn Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200506065657-185-500477/13-juta-data-bocor-bukalapak-dijual-di-forum-hacker>

TOP BRAND AWARD. (n.d.). topbrand-award.com. From TOP BRAND AWARD: https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2021

Utami, A. R. H. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan, kegunaan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan e-commerce. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(6), 79–93.