

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manap. 2016. Revolusi Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Achsa, A., & Dewi, M. S. E. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen: Studi Pada Online Shop Shopee. *Ekonomi & Bisnis*, 20(1) (Hidayati)
- Adhitya, W. R. (2023). Pengaruh Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepatu Lokal Ventela (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Potensi Utama). *Jurnal Multilingual*, 231-238.
- Andriyanti, E., & Farida, S. N. (2022, March). Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Di Sidoarjo). In *Forbiswira Forum Bisnis Dan Kewirausahaan-Sinta 4* (Vol. 11, No. 2, pp. 228-241).
- Ardianto, K., Nuriska, F. P., & Nirawati, L. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Emina Pada Official Store Shopee Di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(2), 62.
- Arikunto. 2016. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dewi Wahyuni, A. (2021) Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keamanan Konsumen Dan Implikasinya Terhadap Minat Beli Konsumen Di Marketplace Shopee Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)* 10(01).
- Febrilla, S., & Ponirin, P. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Shopee Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 8(1), 056-062.
- Ghozali, & Imam. (2016). Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, & Imam. (2018). Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gultom, T. M. A., Manurung, H., & Simanjuntak, N. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Pakaian Online Shopee. *Jurnal Darma Agung*, 30(3), 595-608.
- Gustina, D. Y., & Wati, L. (2020). Pengaruh Harga, Persepsi Risiko Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Online Produk Kecantikan Di Situs Belanja Shopee (Studi pada Mahasiswa pengguna Situs Belanja Shopee di Universitas Bung Hatta). *Abstract of Undergraduate Research, Faculty of Economics, Bung Hatta University*, 19(2), 1-3.
- Harman Malau. 2017. Manajemen Pemasaran. Bandung : Alfabeta.

- Harto, R. B., & Munir, Z. (2021). Analisis Kepercayaan, Persepsi Resiko Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Situs Jual Beli Shopee. *JURSIMA (Jurnal Sistem Informasi dan Manajemen)*, 9(1), 89-98.
- Haryani D. S (2019) The Influence Of Perceived Risk To Online Purchasing Decisions In Tanjung Pinang. *Dimensi*, 8(2), 198-209.
- Hasan, Ali. 2018. Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan. Cetakan Pertama. Media Pressindo, Yogyakarta
- Kotler, Philip. & Gary Armstrong. (2016). Principle Of Marketing, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016), Marketing Management, (16th Edition), New Jersey: Prentice Hall Published.
- McKnight, D.H., Choudhury, V., Kacmar, C. (2015). Developing and validating trust measures for ecommerce: an integrative typology. *Inf. Syst. Res.* 13(3), 334-359.
- Prasetyo, B., & Prihatiningtyas, D. (2022). Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pada Situs Belanja Online Shopee. Co. id. *Jurnal Bisnis dan Teknologi*, 14(1), 48-56.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia.
- Putri, A. R., & Susanti, A. (2022). Pengaruh E-Commerce, Sosial Media, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Belanja Shopee. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 13(01), 20-33.
- Rizki, R. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Online Di Kalangan Masyarakat Sangatta (Studi Kasus Pada E-Commerce Shopee). *Jurnal Eksis*, 16(1).
- 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), 169-175.
- 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), 318-330.
- Sugiyono, 2015 “Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D”, Bandung, Penerbit CV. Alfabeta.
- Sugiyono, 2017 “Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D”, Bandung, Penerbit CV. Alfabeta.

Sugiyono, 2018 “Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D”, Bandung, Penerbit CV. Alfabeta.

Sugiyono, 2019 “Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D”, Bandung, Penerbit CV. Alfabeta.

Sujarweni, V. Wiratna. 2015. Akuntansi Biaya. Yogyakarta : Pustaka Baru Press.

Sumaa, S., Soegoto, A. S., & Samadi, R. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli Di E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(4), 304-313.

Supartono, S. (2022). Pengaruh Harga, Kemudahan Bertransaksi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Online Di E-Commerce Shopee Pada Masa Pandemi Covid 19. *Ikraith-Ekonomika*, 5(2), 210-218.

Sutedjo, A. S (2021). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Serta Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli Konsumen Belanja Online Shopee. *Jurnal Kewirausahaan Akuntansi Dan Manajemen Tri Bisnis*, 3(2). 165-178

Tjiptono, F. (2012). Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Yogyakarta (ID) : Andi Offset.

Wahyuni, A. D., & Dahmiri, D. (2021). Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keamanan Konsumen Dan Implikasinya Terhadap Minat Beli Konsumen Di Marketplace Shopee Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 10(01), 29-41.

Wahyuni Purbohastuti, A., & Hidayah, A. A. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 37-46.