

## DAFTAR PUSTAKA

- Alwafi, Magnadi, 2016. Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertarnsaksi, Kepercayaan Terhadap Toko dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara *Online* Pada Situs Jual Beli Topedia. Diponegoro *Journal Of Management* Vol. 5. No.2.
- Andrew, Erdiansyah, 2021. Analisis Pengaruh *E-Wom, Online Customer Review*, Kualitas Informasi Terhadap Minat Beli di *Marketplace* Tokopedia Vol. 5. No.1.
- Aprilia, Suryadi, Yateno, 2020. Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertarnsaksi, Kepercayaan Terhadap Toko dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara *Online* Pada Situs Jual Beli Topedia. Diponegoro *Journal Of Management* Vol. 5. No.2.
- Arindani, Loisa, 2019. Pengaruh *Celebrity Endorser, Shopping Orientation, Online Trust, dan Prior Online Purchase Experience*, Terhadap Minat Beli Toko *Online* Elevenia di DKI Jakarta. Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha Vol.11 No.1.
- Carvallo, Udayana, Maharani, 2022. Pengaruh Orientasi Belanja, *E-Trust*, dan *E-Service Quality* Terhadap Minat Beli di Lazada. Jurnal Pendidikan Dasar dan Sosial Humaniora Vol.1 No.8.
- Chan, 2019. Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan *Online*, dan Pengalaman Pembelian *Online* Sebelumnya Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Di Tokopedia. Prosiding Konferensi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) 2
- Damayanti, 2019. Pengaruh *Online Customer Review and Rating, E-Service Quality*, dan *Price* Terhadap Minat Beli *Online Marketplace* Shopee (Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Magelang) *Prosiding and Business and Economics Conference In Utilizing of Modern Techonolgy*
- Darmono, Yulistia, 2020. Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan, Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Secara *Online* (Studi Kasus *Customer* Di Kota Padang Yang Melakukan Transaksi Pada Lazada Indonesia). Vol.2, No.4
- Fauzi, Lina, 2021. Peran Foto Produk, *Online Customer Review, dan Online Customer Rating* Terhadap Minat Beli Konsumen di *E-Comerce*. Jurnal Muhamadiyah Manajemen Bisnis Vol.2 No.1. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhamadiyah Jakarta.

- Furi, Hidayati, Asiyah, 2020. Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan, dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli *Online* Pada Situs Jual Beli Shopee. (Studi Pada Mahasiswa Unisma) E-Jurnal Riset Manajemen, Fakultas Ekonomi Unisma.
- Gayang, Ritonga, 2019. Pengaruh Harga, dan *Customer Review* Terhadap Minat Beli Produk. Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis, Vol 4, No. 2
- Hariadi, Sulistiono, 2021. Pengaruh Kualitas Situs Website, Kepercayaan Konsumen, dan Pengalaman Berbelanja terhadap Minat Beli Ulang di Situs Jual Beli *Online* OLX. Jurnal Informatika Kesatuan Vol.1 No.1
- Harli, Mutasowifin, Andrianto, 2021. Pengaruh *Online Customer Review dan Rating* Terhadap Minat Beli Produk Kesehatan Pada *Marketplace* Shopee Selama Masa Pandemi Covid-19. Juranl Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia Vol.4 No.4.
- Harto, Munir. 2021. Analisis Kepercayaan, Persepsi Resiko, dan Keamanan, terhadap Minat Beli Konsumen Pada Situs Jual Beli Shopee. Fakultas Ekonomi Universitas Ibnu Sina. JURSIMA Volume 9 No. 1.
- Hasrul, Suharyati, Sembiring, 2021. Analisis Pengaruh *Online Customer Review dan Rating* Terhadap Minat Beli Produk Elektronik di Tokopedia. KORELASI Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi Volume 2.
- Jonathan, 202019. Pengaruh Orientasi Belanja, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Belanja *Online* JD.ID Jakarta. *Journal of Economics & Business UniSadhuGuna Business School* Vol. 8 No. 1
- Katubi, 2020. Analisis Gaya Hidup, Bintang Iklan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Konsumen Shopee. (Studi Kasus Dilakukan Pada Mahasiswa Universitas Islam Batik Surakarta Fakultas Ekonomi Prodi Manajaemen). Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah, Vol.18. No.3.
- Krismonika, Asiyah, Khalikussabir, 2017. Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk Kemudahan dan Resiko Terhadap Minat Beli Secara *Online* (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB angkatan 2017 yang pernah berbelanja di Shopee) e – Jurnal Riset Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma.
- Lampengan, Massie, Roring, 2019. Pengaruh Motivasi, Kepercayaan, dan Sikap Konsumen Terhadap Minat Beli Pengguna *Online* Shop Zalora Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNSRAT Manado Jurnal EMBA Volume 7 Nomor. 4.

- Mardiah, Anugrah, 2020. Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan, dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Ulang Secara *Online*. Jurnal Menara Ilmu Vol. XIV. No. 2.
- Nikmatuloh, Wijayanto, 2021. Pengaruh Kesadaran Merk, Kepercayaan, dan Harga Terhadap Minat Beli *Online* Pada *Marketplace* Bukalapak. (Studi Pada Pengguna Bukalapak di Kota Semarang) Jurnal Administrasi Bisnis Vol.10.No1.
- Nisa, Dwijayanti, 2022. Pengaruh *Online Customer Review*, dan *Online Customer Rating* Terhadap Minat Beli Produk *Fashion* di *Marketplace* Shopee. (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika & Bisnis Universitas Negeri Surabaya) Jurnal Jember Vol.1.No2.
- Pahurship, Lubis, 2020. Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan *Online*, dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Secara *Online*. (Studi Kasus Pada Toko *Online* Tokopedia) Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Bisnis Vol.5. No.2.
- Permana, 2020. Pengaruh Kualitas Website, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Minat beli Pelanggan di Situs Belanja *Online* Bukalapak Ekonomi Bisnis Volume 25, Nomor 2. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Syekh Yusuf Tangerang
- Rohman, Zamroni, 2021. Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan *Online*, dan Kemudahan Terhadap Minat Beli Secara *Online* di Tokopedia. (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Muhamadiyah Cilacap). Jurnal Ekonomi Vol.11. No.2.
- Rizkiawan, 2020. Pengaruh Kepercayaan Konsumen, dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Konsumen Secara *Online* di Kalangan Masyarakat Sagata (Studi Kasus Pada *E-Commerce* Shopee). Jurnal Eksis Vol.16 No.1
- Rosdiana, Haris, Suwena, 2019. Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara *Online*. Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha Volume 11 No. 1
- Siahaan, Sitompul, 2021. Analisis Pengaruh Orientasi Belanja, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli. Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima Volume III, Nomor I. Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia
- Supartono, (2022). Pengaruh Harga, Kemudahan Bertransaksi, dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli *Online* di *Ecommerce* Jurnal Ikraith-Ekonomika No 2 Vol
- Sutedjo,(2021). Pengaruh kepercayaan, Keamanan, dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli Konsumen Belanja *Online* Shopee. Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi, dan Manajemen TRI BISNIS Volume 3 Nomor.

Syarifah, Karyaningsih, 2021. Pengaruh *Online Customer Review*, dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Pada *Marketplace* Lazada. *Journal Of Management* Vol.4. No.1.

Ujia, Munawaroh, 2018. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli Online. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi* Volume 19 Nomor 2

Kompas.com. (2022, 10 Juni). Pengguna Internet di Indonesia Tembus 205 Juta Pada Tahun 2022. Dari <https://tekno.kompas.com>

Divedigital.id. (2021, 23 Juli) Sejarah Berdirinya Shopee Sebagai *Marketplace*, Dari <https://diverdigital.id>

Rajabeli.com. (2020, 06 September) Fitur Unggulan Shopee, Dari <https://www.rajabeli.com>

Databoks.katadata.co.id (2020, 19 Juli) Jumlah Pengunjung *Marketplace* di Indonesia, Dari <https://databoks.katadata.co.id>

Cnbcindonesia.com (2019, 12 September) sejarah berdirinya *marketplace* shopee Dari [www.cnbciindonesia.com](http://www.cnbciindonesia.com)

