

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, M. S., & Achsa, A. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen: Studi Pada Online Shop Shopee. *Jurnal Ekonomi Bisnis Vol 20 No 1* .
- Efendi, F. B., & Aminah, S. (2023). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific (Studi pada Mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur). *Jurnal Manajemen dan Sains*, 762-766.
- Hana, K. F. (2019). Minat Beli Online Generasi Milenial: Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* , 207.
- Hermawan, D. J. (2021). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Online (Studi Pada Pengguna Platform Shopee). *Jurnal Ilmiah Ecobuss Vol.9 No.2*.
- HR, G. I., Fermayani, R., & Harahap, R. R. (2020). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Padang). *Jurnal Menara Ekonomi: Penelitian dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi Menara Ekonomi Volume VI No.2*.
- Ikma, & Widawati, A. S. (2018). *Penerapan E-commerce Untuk Pemasaran Pada Usaha Handycraft*. Yogyakarta: Lembaga Pengabdian Masyarakat.
- Islami, R. D., Kurniati, R. R., & Hardati, R. N. (2022). Pengaruh Customer Perceived Risk Dan Trust Terhadap Minat Beli Marketplace Shopee. *JIAGABI Vol. 11, No.2*.
- Lubis, M. S. (2018). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Mahira, Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi Volume 2*.
- Nadia, & Ritonga, S.AB., M.AB, N. (2022). Pengaruh Perceived of Risk (Persepsi Risiko) Terhadap Minat Beli Online (Studi Pada Masyarakat Dusun 1 Tambon Tunong Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara). *NEGOTIUM: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Nyssa, N., & Rahmidani, R. (2019). Pengaruh Perceived Trustworthiness, Perceived Risk dan Perceived Ease Of Use Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Online Jd.Id di Kota Padang. *EcoGen Volume 2 Nomor 3*, 256.

- Permana, A. I. (2020). Pengaruh Kualitas Website, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Pelanggan di Situs Belanja Online Bukalapak. *JEB Ekonomi Bisnis Volume 25 Nomor 2*.
- Prasetyo, M. H., & Hasyim. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Secara Online. *Nusantara Hasana Jurnal Volume 1 No. 11, 22*.
- Putri, A. R. (2022). Pengaruh E-commerce, Sosial Media, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Belanja Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) Vol.13 No.2*.
- Styarini, F., & Riptiono, S. (2020). Analisis Pengaruh Customer Trust Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Melalui Perceived Risk dan Perceived Usefulness Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Aplikasi Mobile Banking Bank BRI di Kantor Cabang Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi 2(4)*.
- Sudaryana, B., & Agusiady, H. R. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Sukmawati, D. A., Mathori, M., & Marzuki, A. (2022). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc (Studi Pada Konsumen di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha Vol. 2, No.2, 579-599*.
- Tilaar, F., Lopian, S. J., & Roring, F. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Dan Motivasi Terhadap Minat Beli Pengguna Shopee Secara Online Pada Anggota Pemuda GMM Zaitun Mahakeret. *Jurnal EMBA Vol.6 No. 4*.
- Warningrum, S. L. (2023). Pengaruh Promosi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintiic Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. *JURMA: Jurnal Riset Manajemen Vol.1 No.3*.
- Wijayanti, R. F., Budiarti, L., & Nurfauziah, S. (2021). Pengaruh Perceived Risk Terhadap Minat Pembelian Online. *Jurnal Administrasi dan Bisnis, Volume: 15, Nomor 2*.