

DAFTAR PUSTAKA

- Abdu, R. (2018). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Corporate Image pada PT AHM di Kota Bandung Tahun 2017. *E-Proceeding of Applied Science*, 4(2), 321–332.
- <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/6558%0Ahttps://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/viewFile/6558/6458>
- Andayati, D., Rachmawati K, Y., & Sholeh, M. (2022). Berbisnis Online Batik Kraton Yogya Melalui Marketplace. *Prosiding Snast, November*, E96-103. <https://doi.org/10.34151/prosidingsnast.v8i1.4177>
- Attaqi, M. F., Suryono, I. A., Kussujaniatun, S., & Sudaryatie, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Kualitas Pelayanan Elektronik Terhadap Niat Beli Ulang. *Jurnal Impresi Indonesia*, 1(6), 694–700. <https://doi.org/10.58344/jii.v1i6.90>
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO* (Vol. 3).
- Fadillah, W., & Zainurossalamia, S. Z. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Canva. *MAMEN (Jurnal Manajemen)*, 2(2), 231–240. <https://doi.org/10.55123/mamen.v2i2.1808>
- Hartono, R. A. (2021). *Pengaruh Kemudahan, Iklan, dan Kepercayaan Menggunakan E-Commerce Melalui Shopee terhadap Keputusan Pembelian Online (Study kasus pada konsumen shopee di kelurahan tanjung sari kecamatan medan selayang)*.
- Idris, F. (2022). *Pengaruh Digital Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia*.
- Ihsan, R. A., Afifah, H. J., Jasmien, L., Qisthi, M. N., & Sarah, S. (2023). Pengaruh Pemasaran Digital dan Kemudahan Penggunaan Platform Marketplace Shopee terhadap Minat Beli Mahasiswa Bisnis Digital. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 157–167. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v16i1.1148>
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV . Meubele Berkah Tangerang. *Journal on Software Engineering*, 5(1), 19–28.

- Islamiyati, A. (2022). *Pengaruh Kualitas Website, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli di E-commerce Tokopedia*.
- Izzah Nur Masyithoh, & Ivo Novitaningtyas. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 7(1). <https://doi.org/10.36805/manajemen.v7i1.1951>
- Japarianto, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35–43. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35-43>
- Khusna, F. (2023). *Pengaruh Pengalaman Berbelanja Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Minat Beli Ulang Pada Aplikasi Tokopedia Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening* (Vol. 4, Issue 1).
- Kurniawan, N. (2021). *Skripsi Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Umkm Di Kabupaten Siak*.
- Lestari, I. T., & Widyastuti, W. (2019). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Belanja Online (Studi Pada Pengguna Tokopedia). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7, 1–2.
- Maharani, S. H., & Effendi, T. (2023). Peran Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Minat Beli dan Loyalitas Pengguna Aplikasi Tokopedia (Studi pada Mahasiswa Politeknik Negeri Banjarmasin). *BIMA: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 1–9.
- Mutaqin, J. (2017). Pengaruh Harga, Kepercayaan Konsumen, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Tokopedia Di Kecamatan Cimahi Selatan Kota Cimahi. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 14. [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB 2.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB%202.pdf)
- Putri, R. A., & Kresnawati, M. A. (2023). Brand Ambassador Sebagai Strategi Marketing Tokopedia Melalui Selebriti Korea Selatan Tahun 2021. *Journal Publicuho*, 6(1), 318–342. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v6i1.130>
- Rarasati, S. A., & Farida, S. N. (2023). SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Di Marketplace Tokopedia. *Journal of Management & Business*, 6(1), 774–785. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3736>

- Renaldo et al, 2023. (2023). Pengaruh Promosi, Physical Evidence, Harga Pemasaran Digital terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Di Kota Manado the Effect of Promotion , Physical Evidence , Digital Marketing Price on Purchase Decisions At E-Commerce Shopee in Manado City. *Jurnal Emba Vol 11 No 1 Februari 2023, 11(1)*, 786–797.
- Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66. <https://doi.org/10.31331/jeee.v1i2.1293>
- Salsabila, H. Z., Susanto, S., & Hutami, L. T. H. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 87–96. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i1.442>
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p07>
- Stephani, G. (2020). Pengaruh Customer Experience terhadap Minat Beli Ulang. In *e-Proceedings of Applied Science* (Vol. 6, Issue 1).
- Ulfaida, I. N., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2023). Pengaruh online customer review dan rating toko terhadap minat pembelian produk whitelab di marketplace tokopedia pada generasi y. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 12. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Utami, A. R. H. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan E-Commerce. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01, 79–93. <http://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma/article/view/694%0Ahttp://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma/article/download/694/265>