

DAFTAR PUSTAKA

- Alifia, F. T., Wardhani, N. I. K., & Fitriyah, Z. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Pada Online Store Sociolla. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5(2), 909-917.
- Angkat, D. W., & Prihatini, A. E. (2018). Pengaruh Kemudahan, Kualitas Informasi, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Lazada. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), 441-448.
- Aqidah, I. W., & Karomatan, T. (2023). Pengaruh Promosi Dan Ulasan Konsumen Di Platform Instagram Dan Tiktok Terhadap Minat Beli. *Applied Business and Administration Journal*, 2(2), 40-44.
- Firdaus, M., Rachma, N., & Rizal, M. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Kemanfaatan Dan Tagline Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli Ulang Pada Situs Shopee Online Shop (Studi Pada Mahasiswa FEB UNISMA). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(17).
- Iqbal, M., & Yoestini, Y. (2023). PENGARUH PROMOSI, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA ONLINE MARKETPLACE (Studi pada Konsumen Tokopedia di Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journal of Management*, 12(6).
- Jabbar, A., & Chaerudin, C. (2021). THE ROLE OF SOCIAL MEDIA THROUGH PROMOTION AS ITS MEDIATING VARIABLE IN AFFECTING CONSUMERS'PURCHASE DECISIONS (RESEARCH ON SOCIAL MEDIA FOLLOWERS OF ESENAK BUBBLE TEA KARAWANG). *Dinasti International Journal of Education Management And Social Science*, 2(6), 1013-1019.
- Jayanti, R., Hafidzi, A., & Izzuddin, A. (2022, Agustus). Pengaruh Kualitas Informasi, Review Pelanggan Online Dan Promo Subsidi Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. Dalam *Prosiding Konferensi Internasional Bisnis, Akuntansi, dan Ekonomi ke-3, ICBAE 2022, 10-11 Agustus 2022, Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia*.
- Larasati, D. R., & Fadillah, A. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Online Di E-Commerce Shopee. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 2(1), 35-48.
- Munawaroh, H. I. (2020). *Pengaruh Promosi, Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Sistem E-commerce Shopee (Studi Kasus Pondok Pesantren Al-Barokah Ponorogo)* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).

- Murfadila, A., Tanjung, H., & Ikhtiono, G. (2021). Pengaruh Promosi, Kehalalan Produk dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Pengguna E-Commerce Shopee pada Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Ibn Khaldun Bogor. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(2), 38-51.
- Noviana, K. Y., Dewi, R. S., & Prihatini, A. E. (2023). The Influence of Social Media Promotions and Online Customer Reviews on Purchasing Decisions on the Shopee Marketplace through Purchase Intention as a Mediating Variable (Study on Active Students of Diponegoro University). *International Journal of Multidisciplinary Research and Publications*, 5(11), 68-75.
- Prasath, P., & Yoganathen, A. (2018). Pengaruh pemasaran media sosial terhadap proses pengambilan keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Penelitian Mahasiswa SLIS*, 1 (1), 1-12.
- Setyarini, LD (2023). *PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP MINAT BELI PADA E-COMMERCE TIKTOK SHOP (Studi Kasus Pada Mahasantri Ma'had al-Jami'ah UIN Salatiga)* (Disertasi Doktor, UIN Raden Mas Said Surakarta).
- Stevanus, A., & Pratiwi, R. (2013). Pengaruh Persepsi Kemudahan Pembayaran dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia.
- Wijaya, D., Ginting, ES, & Lubis, TWH (2022). Pengaruh kepercayaan, kemudahan dan review produk terhadap keputusan pembelian melalui e-commerce jd. id:(Studi Kasus Mahasiswa Mikroskill University). *Jurnal Ekonomi Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah I*, 2 (2), 93-97.
- Wiraatmaja, J., & Nurbasari, A. (2023). Pengaruh Review Pelanggan Online, Harga, Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Di Marketplace Tokopedia. *Jurnal Manajemen, Bisnis Digital, dan Kewirausahaan*, 1 (1), 40-49.
- Wulansari, D. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada E-Commerce Shopee. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS EKONOMI*, 1(1), 78-89
- Kusumawardani, I. P. (2023). Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan, dan Kepercayaan terhadap Minat Beli pada E-commerce TikTok Shop (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Firdaus, M., Rachma, N., & Rizal, M. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Kemanfaatan Dan Tagline Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli Ulang Pada Situs Shopee Online Shop (Studi Pada Mahasiswa FEB UNISMA). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(17).