

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, F., Manajemen, P., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2024). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Pada Produk Kosmetik Barenbliss. *Jurnal Mahasiswa Teknik Industri*, 7(2), 270–275.
- Abrilia, N, D., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-wallet Pada Aplikasi Dana di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3).
- Ana Berti Atmajayanti, Dewi Sri Wulandari, & Bayu Seno Pitoyo. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Make Over Di Kota Bekasi. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (Jrime)*, 2(2), 339–351. <https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v2i2.1638>
- Anggraeni, A. D., & Susan, M. (2021). *Wahana : Tridarma Perguruan Tinggi Pengaruh Online Consumer Review terhadap Minat Beli melalui*. 73(2), 88–102.
- Armstrong, Gary & Philip, Kotler. (2021) *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Asja, H. J., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapat terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2(4), 309–325. <https://doi.org/10.35912/jakman.v2i4.495>
- Augusty Ferdinand. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen* (5th ed). Semarang, Badan penerbit: Universitas Diponegoro.
- Daga, R. (2019). *Buku 1, Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (Issue May 2017). Sulawesi Selatan: Global Research and Consulting Institute (Global-RCI).
- Darwin et al. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: Media Sains Indonesia
- Daulay, Nuraini. (2020). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Medan Labuhan). *Skripsi*, 1–201.
- David Garvin dalam Fandy Tjiptono. (2016: 134). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: P. Andi.
- Davis, F. D,. (2015). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3).
- "Dimensi Kualitas Garvin Dlm Laksana 2019."

- Dirwan. (2022). Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking dari Sisi Kemudahan, Manfaat dan Kenyamanan. *SEIKO : Journal Management & Business*, 5(1). <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1642>
- Fauziah, D., Ali, H., Haymans Manurung, A., & Author, C. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Skintific (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Siber Multi Disiplin*, 1(4), 159–172. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Febriani, Nufian, S., & Wayan, Weda, Asmara, Dewi. (2018). *Teori dan Praktis Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Malang: UB Press
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* (9th ed) Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hair, J. F. et. al. 2019. Partial Least Square Structural Equation Modeling Based Discrete Choice Modeling: An Illustration In Modeling Retailer Choice. *Business*. 12(1
- Hilaliatun, H., & Guruh, F. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Dan Promosi, Terhadap Minat Beli Kopi Kenangan Di Purwokerto. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 11(1), 190–199.
- Karmilah, S., Hamdani, I., & Yono, Y. (2022). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen pada UMKM Keripik Singkong Wahana Snack. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(3), 762–773. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i3.2066>
- Khakim, A. (2016). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan dan Kelompok Referensi Terhadap Penggunaan Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK): Studi Kasus Masyarakat Kabupaten Grobogan. *Skripsi*, 1–119.
- Kotler, Phillip dan Kevin, Lane, Keller. (2016). *Marketing Management* (15th ed), United States of America: Pearson Education.
- Kotler dan Keller. (2016). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Krempel, E., & Beyerer, J. (2014). TAM-VS: A technology acceptance model for video surveillance. *Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 8450 LNCS, 86–100
- Latief, T., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online Costumer Review dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla. *Jurnal Mirai Management*, 5(3), 139–154.
- Latifa, P dan Harimukti, W. (2016). Factors Influencing Cosmetics Purchase Intention in Indonesia Based on Online Review, *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science*.
- Lima (5) e-commerce dengan pengunjung terbanyak sepanjang 2023. <http://databoks.katadata.co.id>
- Maziyah, N., Nuringwahyu, S., & Zunaida, D. (2021). Pengaruh Kemudahan

- Penggunaan Dan Kemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce (Studi Pada Pengguna Shopee Di Kota Malang). *Jiagabi*, 10(1), 49–55.
- Meliawati, T., Gerald, S. C., & Akhmad Edhy Aruman. (2023). The Effect of Social Media Marketing TikTok and Product Quality Towards Purchase Intention. *Journal of Consumer Sciences*, 8(1), 77–92. <https://doi.org/10.29244/jcs.8.1.77-92>
- Mulyani, S. A., & Miharja, K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Susu Ibu Hamil. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Mukhtisar et al. (2021). Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Karenf Banda Aceh). *JHIBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 3(1), 2684–855
- Natasha Fausta Jonathan. (2024). The Impact of Online Customer Reviews Mediated by E-trust on Purchase Intention in Shopee Indonesia. *Frontiers in Business, Economics and Management*, 14(1), 307–309. <https://doi.org/10.54097/mmp4ba88>
- Ngongo, & Lena. (2024). Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan terhadap Minat beli pada Aplikasi Tiktoshop. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 03(5), 603–610. <https://bajangjournal.com/index.php/Juremi/article/view/7569/5882>
- Pranita, K. (2024). Pengaruh Online Customer Review Dan Endorsement Infulencer Terhadap Minat Beli Produk Skintific Pada Media Sosial Tiktok. *Jurnal Manajemen Dan Profesional*, 5(1), 87–100. <https://doi.org/10.32815/jpro.v5i1.2114>
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127–135
- Puspitasari, N., Aphrodite, N., & Sulaeman, E. (2023). Pengaruh Promosi, Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Minat Beli Produk Somethinc. *Warta Dharmawangsa*, 17(1), 302–314. <https://doi.org/10.46576/wdw.v17i1.2943>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- Salmah, R., & Hakim, L. (2021). Pendapatan, Pendidikan, Persepsi Kemudahan, dan Sikap sebagai Mediasi terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Syari'ah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(02), 798-805. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2473>
- Sintesa, N., Indriany, Y., & Astuti, E. D. (2022). Pengaruh Promosi dan

- Distribusi terhadap Minat Beli Konsumen pada Restoran Cepat Saji (MC Donald, KFC dan Pizza Hut). *The 1st LP3I National Conference of Vocational Business and Technology (LICOVBITECH)*, 11, 18–33.
- Studi Manajemen, P., Kustiani, L., & Hermana, D. (n.d.). *Journal of Knowledge Management Pengaruh Media Sosial dan Online Customer Reviews terhadap Keputusan Pembelian Produk @Piscokk.Id*. www.jurnal.uniga.ac.id
- Sugiyono. (2018). *"Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D"*. Bandung: Alfabeta
- Sumaa, S., Soegoto, A. S., & Samadi, L. S. (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). *304 Jurnal EMBA*, 9(4), 304–313.
- Teknologi, U. (2024). *Pengaruh Konten Promosi , Pemasaran Digital , dan Kemudahan Penggunaan Shopee terhadap Minat Beli*. 10(2020), 942–953.
- Wijaya, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Asosiasi Merek Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis Terapan*, 2(01), 1-16. <https://doi.org/10.24123/jbt.v2i01.1082>
- Yusuf, D. M., & Zulfitri, . (2021). Effect of Attitude Mediating Subjective Norm, Perceived Behaviour Control, and Perceived Ease of Use on Online Purchase Intention Fashion Product Category. *European Journal of Business and Management Research*, 6(6), 266–270. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2021.6.6.1135>