

DAFTAR PUSTAKA

- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974–980. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>
- Afiqoh, I. (2024). *Pengaruh Social Media Marketing Dan E-Trust Terhadap Minat Beli Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Universitas Jambi Angkatan 2020-2021 (Studi Pada E-Commerce Buka Lapak)*. 5(3), 188–196.
- Agung, A. A. P., & Yuesti, A. (2019). Metode-Penelitian-Bisnis-Kuantitatif-Dan-Kualitatif. In CV. Noah Aletheia (Vol. 1, Issue 1).
- Ahmad Hafizh Fauzan, F. N. U. (2024). Pengaruh E-Service Quality Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Bukalapak Pada Generasi Milenial Di Indonesia. *Edunomika*, 08(01),
- Alicia Prasasti, F., Ratnasari, I., & Fathan Muhammad, R. (2022). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce Bibli.Com Di Kota Bekasi. *Journal for Management Student (JFMS)*, 2(2), 18–26. <https://doi.org/10.35706/jfms.v2i2.7605>
- Ardani, W. (2022). *Komunikasi Pemasaran* (M. Silalahi (ed.)). PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Buheli, R. & M. (2023). Pengaruh Trust Dan Kualitas Website Terhadap Minat Pembelian Pada Online Shop Shopee Mitha. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 5(1), 2–3.
- Crismardani, Y. (2023). *Konsep Dan Praktik E-Word Of Mouth (E-Wom)* (D. I. N. Andriani (ed.)). Eureka Media Aksara.
- Dwi, R., Islami, N., Kurniati, R. R., Hardati, R. N., Mt, J., Dinoyo, H., Universitas, L., Malang, I., Mt, J., Malang, H., & Rizadwinurislamigmailcom, E. (2022). *Pengaruh Customer Perceived Risk Dan Trust Terhadap Minat Beli Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna Shopee Di Daerah SebuKu)*. 11(2), 39–52.
- Fauziah, S. A., & Hasbi, I. (2022). YUME : Journal of Management Pengaruh E-Service Quality dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Aplikasi Berrybenka Abstrak. *YUME: Journal of Management*, 5(3), 25–31. <https://doi.org/10.37531/yume.vxi.546>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fitriani, M., & Kusnanto, D. (2021). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Minat Beli Konsumen Lazada Di Media Sosial. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 4(2), 46–51. <https://doi.org/10.26858/jekpend.v4i2.22431>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBS SPSS 26* (Edisi

10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Giuma Mahfud, M. A., & Soltes, V. (2016). *Effect Of E-Service Quality On Consumer Interest Buying (Case Study On The Website Korean Denim)*. *IOSR Journal of Economics and Finance*, 07(04), 61–67. <https://doi.org/10.9790/5933-0704016167>

Grace, M., Syarief, A., Erlangga, H., Nurjaya, H., & S, D. S. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books.

Hidayah, D. W., & Rejeki, A. (2021). *Consumer Trust on Buying Interest in Online Shopping: E-Commerce Shopee*. *Journal Universitas Muhammadiyah Gresik Engineering, Social Science, and Health International Conference (UMGESHC)*, 1(2), 617. <https://doi.org/10.30587/umgeshc.v1i2.3436>

Ifah, N., Djaelani, A. K., & Millaningtyas, R. (2023). Pengaruh *E-service Quality*, *E-trust* Dan *E-wom* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Onlineshop (Studi Pada Pengguna Onlineshop di Kota Malang). *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis*, 12(01), 510–518.

Januar Reza, R., & Rusdi, H. (2021). Pengaruh *E-Service Quality*, *Brand Image* Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Online Shop Blibli.Com (Studi Kasus Konsumen Blibli.com UPN “Veteran” Jawa Timur). *Jurnal Bisnis Indonesia*, 12(1). <https://doi.org/10.33005/jbi.v12i1.2596>

Kotler dan Keller. (2016). *Marketing Management* (edisi 13.). Erlangga.

Kusmita, A. C., Farida, N., & Saryadi, S. (2022). Pengaruh E-Trust Dan E-Service Quality Terhadap Online Repurchase Intention Melalui E-Satisfaction (Pada Mahasiswa S1 Fisip Yang Pernah Berbelanja Di Lazada). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(3), 1307–1318. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.32135>

M. Arpah, Maizar, & Septa Diana Nabella. (2023). the Effect of Trust, Perception of Risk and Security on Consumer Purchase Interest in Lazada (Empirical Study on Students of the Faculty of Economics and Business, Ibn Sina University). *International Journal of Accounting, Management, Economics and Social Sciences (IJAMESC)*, 1(4), 304–316. <https://doi.org/10.61990/ijamesc.v1i4.40>

Muninggar, D. A., & Rahmadini, A. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WoM) Terhadap Minat Beli pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Kota Bandar Lampung). *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 3(1), 30–39. <https://doi.org/10.57084/bej.v3i1.773>

Nikmatulloh Awal, A., & Wijayanto, A. (2019). Pengaruh kesadaran merek, kepercayaan, dan harga terhadap minat beli online pada marketplace bukalapak (studi pada pengguna bukalapak di kota semarang). *Administrasi Bisnis*, 10(10), 837–848.

Omas, P., Kurniawan, M., & Lorensia, F. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Minat Beli Pada Situs E- Commerce (Shopee , Tokopedia , dan Bukalapak). *Prosiding National Seminar on Accounting UKMC*, 1(1), 370–381.

Prasetyaningrum, I. D., & Rahmawati, N. I. (2023). Analisis Pengaruh Promosi, Kualitas

- Pelayanan, Electronic Word Of Mouth, Dan Citra Merk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Situs E – Commerce Lazada Di Kota Semarang. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 10(1), 345–355. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i1.46586>
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Media Sosial*. Pustaka Setia.
- Purwanto, N., Budiyo, & Suhermin. (2022). *Theory of Planned Behaviour*. CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Rainy, A., & Widayanto, W. (2020). Pengaruh Keragaman Produk Dan E-Service Quality Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Pelanggan Zalora). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 149–156. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26233>
- Rayhaniah, S. A. (2022). Komunikasi pemasaran. In *Jakarta: Erlangga* (Issue 45).
- Relifra. (2022). *Manajemen Pemasaran* (M. . Nia Kurnia Lestari (ed.)). Sada Kurnia Pustaka.
- Rusiana, D., Iriani, S. S., & Witjaksono, A. D. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser dan Electronic Word of Mouth terhadap Minat Beli dengan Brand Image sebagai Variabel Mediasi pada E-Commerce Tokopedia. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(2), 410. <https://doi.org/10.30588/jmp.v12i2.1081>
- Salsabela, I. R., & Sukati, I. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Promosi, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Situs Belanja Online Lazada Di Batam. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 329–341.
- Sariyanti., Ni Putu Yuli, I Gusti NG A Gede Eka Teja Kusuma, I. M. S. P. (2022). Pengaruh Promosi dan E-service Quality Terhadap Minat Beli Pada Situs Belanja Online Lazada. *Values*, 3.
- Satriyo, B., Indriana, Y., & Ridlo, M. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, E-Service Quality, dan Review Content terhadap Minat Beli pada UMKM Produk Organik. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), 1563–1571. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n4.p1563-1571>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (3rd ed.). Alfabeta.
- Tammah, A., Suci, R. P., & Zulkifli, Z. (2021). Peran Mediasi Kualitas Produk Dan Citra Merek Atas Pengaruh E-Wom Terhadap Minat Beli. *Widyagama National Conference on Economics and Business, Wnceb*, 58–65.
- Wulandari, J., Adistya, D., Ilmu, J., Bisnis, A., & Lampung, U. (2020). *Analisis E-Trust , E-WOM , Dan E-Service Quality Dalam Keputusan Pembelian Online*. 3(November), 63–75.