

## DAFTAR PUSTAKA

- Alwafi, F. &. (2016). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia. Com. *Diponegoro journal Of Management*, 134-148.
- kalakota, R. a. (1997). *Electronic commerce: a manager's guide*, addison-wesley: reading, Mass, 21-29.
- Nonis, M. (2019). Pengaruh persepsi keamanan, kemudahan Bertransaksi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Marketplace shopee. *Doctoral Dissertation, STIE YKPN*, 1-8.
- Oentoro. (2012). Manajemen Pemasaran Modern. *LaksBang PRESSindo*, 10.
- Pearson, M. (2008). Sistem informasi manajemen. *salemba*, 12-22.
- rEnaldy, .. (2020). Analisis pengaruh promosi penjualan, keamanan berbelanja dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli online pada marketplace shopee. (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya). *Doctoral Dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*, 15.
- Saidani, B. L. (2019). ). Analisis Pengaruh Kualitas Website Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang Pada Pelanggan Shopee. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 25.
- sugiyono. (2003). metode penelitian kuantitatif. *kualitatif dan R&D Bandung PT Alfabet*, 19-26.
- Suryanto, M. (2003). Strategi Periklanan pada e-Commerce Perusahaan Top Dunia, Yogyakarta. *Andi* , 20-39.
- zulfikar, M. (2018). ). Analisis Pengaruh Website Brand Dan Kualitas Website Toko Online Pada Kepercayaan Dan Minat Beli Konsumen . *Studi pada toko online tokopedia*, 1-9.