DAFTAR PUSTAKA

Adinata K. J., & Yasa, N. N. K. (2018). PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI HARGA, DAN SIKAP TERHADAP NIAT BELI KEMBALI DI SITUS LAZADA. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*. https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i08.p05

Al Farisi, S., Saroh, S., & Hardati, R. N. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Lazada (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang Pengguna Marketplace Lazada). *Jiagabi*.

Andrian. (2019). Digital Marketing dan Ragam Produk pada Minat Beli Konsumen Toko Online Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2016). *Ekspektra : Jurnal Bisnis dan Manajemen*. https://doi.org/10.25139/ekt.v3i1.1430

Chulaifi, M. I., & Setyowati, E. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Travel Umrah Dan Haji Pada PT . Sebariz Warna Berkah Di Surabaya. *Penelitian LPPM Untag Surabaya*.

Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Yogyakarta: Universitas Diponegoro. *(Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.

Haekal, A., & W. (2016). PENGARUH KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MEMBELI SECARA ONLINE PADA PENGUNJUNG WEBSITE CLASSIFIEDS DI INONESIA. *Journal of Business Management Education (JBME)*. https://doi.org/10.17509/jbme.v1i1.2287

Kusumawati, D., & Saifudin. (2020). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Secara Online Saat Pandemi Covid-19 Pada Masyarakat Millenia Di Jawa Tengah. *Jab*.

Maulana, A. & Mulyana, M. (2020). Analisis Pengaruh Public Relation dan Sales Promotion Terhadap Minat Beli Pada Produk Starbucks di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*. https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i2.327

Primandesera, A., & Sukresna, I. M. (2018). ANALISIS PENGARUH KUALITAS

PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI ULANG (Studi Pada Pengguna XL Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, *Volume 7*.

Retnowulan, J. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi. *Cakrawala*.

Sari, D. M. F. P., & Mitaftrotin. (2020). Perceived price, product design and online customer review terhadap purchase intention pada produk wardah di marketplace shopee mal. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*.

Sugiyono. (2019). *Metodelogi penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta*.

Suliyanto. (2017). Pelatihan Metode Pelatihan Kuantitatif. *Journal of Chemical Information and Modeling*.

Sujarweni, V. W., & Utami, L. R. (2019). *The Master Book of SPSS. Anak Hebat Indonesia.*

Wong, D. (2017). PENGARUH ABILITY, BENEVOLENCE DAN INTEGRITY TERHADAP TRUST, SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP PARTISIPASI PELANGGAN E-COMMERCE: STUDI KASUS PADA PELANGGAN E-COMMERCE DI UBM. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*. https://doi.org/10.36226/jrmb.v2i2.46