

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahim, & Sangen, M. (2019). Pengaruh Content Marketing, Sales Promotion, Personal Selling, dan Advertising terhadap Minat Beli Konsumen pada Hotel Biuti di Banjarmasin. *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(1), 42–47. <http://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/jsmk>
- 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*, 9(2), 377–385. <http://www.apjii.or.id>
- Basrin, J., & Haryanti, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Beli Ulang Pada Market Place Di Kota Bima. *Manajemen Dewantara*, 4(2), 106–113. <https://doi.org/10.26460/md.v4i2.8576>
- Chen, H., Xu, H., Yenti Sumarni, Siaha Widodo, A., Pujayanti, D. A., Ishatono, I., Raharjo, S. T., Aristi, N. M., & Pratama, A. R. (2020). M 2 -1,2-. *Al Intaj: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(2), 159. <https://doi.org/10.38035/JMPIS>
- Grace Veronica Piri, Lisbeth Mananeke, I. (2021). *Jurnal EMBA Vol . 9 No . 1 Januari 2021 , Hal . 746-753*. 9(1), 746–755.
- Haekal, A., & Widjajanta, B. (2016). Minat Membeli Secara Online pada Pengunjung Website. *Journal of Business Management and Education*, 1(1), 181–193. <http://ejournal.upi.edu/index.php/JBME/article/view/2287/1586>
- Hoyer, Wayne D. dan MacInnis, D. J. (2010). *Consumer Behavior*. Cengage

Learning.

Idris, A. S. R. (2021). Pengaruh Content Creator Platform Youtube Terhadap Minat Beli Smartphone Samsung Pada Siswa Sma Negeri 1 Selayar. *Skripsi Dipublikasikan*, 1–116.

Imam, G. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.

Istianingsih, S., Ilmu, F., Dan, S., Politik, I., & Utara, U. S. (2020). *Keputusan Pembelian Melalui Media Sosial (E-Commerce) Pada Aplikasi Tokopedia Di Universitas Sumatera Utara*.

Kepercayaan, P., Motivasi, D. A. N., Minat, T., Pengguna, B., Tilaar, F., Roring, F., Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Dan Motivasi Terhadap Minat Beli Pengguna Shoppe Secara Online Pada Anggota Pemuda Gmim Zaitun Mahakeret. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 2028–2037. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.20932>

Kerja, K., Variabel, S., Pada, I., Lubuklinggau, K., Dan, S. I., & Ii, S. (2020). *ISSN 2356-3966 E-ISSN: 2621-2331. Surajiyo., Nasruddin., H. Paleni*. 7(3), 416–428.

Kotler, K. and K. K. (2010). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Erla).

Lemeshow, S., Hosmer Jr, D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1990). *Adequacy Of Sample Size In Health Studies*. World Health Organization.

Ling, K. C., Chai, L. T., & Piew, T. H. (2010). The Effects of Shopping Orientations, Online Trust and Prior Online Purchase Experience toward

- Customers' Online Purchase Intention. *International Business Research*, 3(3), 63. <https://doi.org/10.5539/ibr.v3n3p63>
- Maskur, F. (2016). *No Title*. *Ekonomi.Bisnis.Com*.
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20150121/99/393621/petani-nganjuk-kembangkan-bawang-merah-varietas-unggul>
- Mulyansyah, G. T., & Sulistyowati, R. (2020). Pengaruh Digital Marketing Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Di Kawasan G-Walk Surabaya. *Pendidikan Tata Niaga*, 9(1), 1097–1103.
- Pappas, N. (2016). Marketing strategies, perceived risks, and consumer trust in online buying behaviour. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 29, 92–103. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2015.11.007>
- Pertiwi, D., & Gusfa, H. (2018). *Pengaruh content marketing terhadap pembentukan brand awareness pada kalbis institute*. 2, 45–57.
- Rosdiana, R., & Haris, I. A. (2018). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *International Journal of Social Science and Business*, 2(3), 169. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v2i3.16240>
- Septianie, I. dan, & Wiyata, M. T. (2020). Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Niat Pembelian Secara Online. *Imwi Student Research Journal*, 1(1), 73–83.
- Sinaga, E. M. (2020). Channel YouTube Untuk Meningkatkan Customer Engagement . *Seminar Nasional Teknologi Komputer & Sains (SAINTEKS)*, 607–610. <http://prosiding.seminar-id.com/index.php/sainteks/article/view/507/505>

- Sudirjo, F. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen AMDK Amidis Di Semarang. *E-Jurnal Serat Acitya*, 7(1), 910–917. <http://jurnal.untagsmg.ac.id/index.php/sa/article/view/695>
- Sugiyono. (2017). *Neraca Pembayaran*. Bank Indonesia. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=6qLWDgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=sugiyono+2017+metodologi&ots=HRNH6isKoA&sig=XE0R6TN15oHdQv2TxI2cgLHIEb4&redir_esc=y#v=onepage&q=sugiyono+2017+metodologi&f=false
- Suharyati, S., Sustiyatik, E., Ruhamak, M. D., & ... (2021). Pengaruh Harga, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Pada Ud. Tri Jaya Rizki Abadi Di Kabupaten Kediri. *RISK: Jurnal Riset ...*, 2. <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/risk/article/view/1809>
- Suhir, M. (2014). (*Survei Terhadap Pengguna Situs Website www.Kaskus.co.id*). 8(1).
- Wardani, E. K., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., & Surakarta, U. M. (2021). *PENGARUH KONTEN FOOD VLOGGER DAN PERAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BELI PADA USAHA KULINER (Studi Pada Warung Makan Mbok Cimplek Jatipuro)*.
- Werry, F. A. (2020). Pengaruh Pemasaran Digital dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Malaysian Palm Oil Council (MPOC)*, 21(1), 1–9.
- Yusnidar, Samsir, & Restuti, S. (2014). Pengaruh kepercayaan dan persepsi resiko terhadap minat beli dan keputusan pembelian produk fashion secara online di kota pekanbaru. *Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan*, 12(12), 311–329.

Zhu, W., Yao, N. (Chris), Ma, B., & Wang, F. (2018). Consumers' risk perception, information seeking, and intention to purchase genetically modified food: An empirical study in China. *British Food Journal*, *120*(9), 2182–2194. <https://doi.org/10.1108/BFJ-11-2017-0622>