

DAFTAR PUSTAKA

- Aplikasi, S. (2018). *Pengaruh kemudahan penggunaan, kepercayaan konsumen & kreativitas iklan terhadap minat beli konsumen*. 1(1), 19–26.
- Arini, D. (2018). *Pengaruh Celebrity Endorser, Kreativitas Iklan dan E-Service Quality terhadap Minat Beli di Situs Belanja Online Tokopedia*. 1–13.
- Ariska, N., Wijaksana, T. I., Sos, S., Si, M., Prodi, S., Bisnis, A., Komunikasi, F., & Telkom, U. (2017). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI ULANG (Studi Pada Konsumen Bakso Boedjangan Cabang Burangrang Bandung) THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND SALES PROMOTION TO REPURCHASE INTENTIONS (Study on Consumer Bakso Boedjang*. 4(3), 2909–2915.
- Choi, T. M., Chow, P. S., Kwok, B., Liu, S. C., & Shen, B. (2013). Service quality of online shopping platforms: A case-based empirical and analytical study. *Mathematical Problems in Engineering*, 2013(i). <https://doi.org/10.1155/2013/128678>
- Handayani, O., Atnan, N., & Nasrial. (2019). *Pengaruh Iklan TV Shopee “ Goyang Shopee 9 . 9 Super Aplikasi Shopee (Survey Pada Masyarakat di Kota Bandung) THE EFFECT OF SHOPEE TV ADVERTISING “ GOYANG SHOPEE 9 . 9 SUPER SHOPPING DAY ” VERSION TOWARD PURCHASING DECISIONS THROUGH THE SHOPEE APPLICATI*. 6(1), 1634–1644.
- HS, T. M. (2018). Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Tokopedia Terhadap Minat Beli Dikalangan Siswa Man 1 Majalengka. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 1(2), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Kurniawan, E. N., Wardani, M. K., & Cho, Y. C. (2019). Kepercayaan , Kemudahan Penggunaan Dan Electronic. 16(02), 139–150.
- Lampengan, P., Massie, J. D. D., & Roring, F. (2019). *BELI PENGGUNA ONLINE SHOP ZALORA PADA MAHASISWA FAKULTAS THE INFLUENCE OF CONSUMER MOTIVATION , TRUST , AND ATTITUDE*

TO BUYING INTEREST OF USERS ZALORA ONLINE SHOP , STUDENTS OF FACULTY OF ECONOMICS AND. 7(4).

Loyalitas, D. A. N., Sebagai, K., & Intervening, V. (2016). *Pengaruh relationship marketing, keamanan, kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian online shop dan loyalitas konsumen sebagai variabel intervening.* 2(2).

Rasyadi, I & Sutrisna, E (2017) *PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT KONSUMEN MOBIL MITSUBISHI TIPE PAJERO.* Vol. 4 No. 1

Rita, P., Oliveira, T., & Farisa, A. (2019). The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping. *Heliyon*, 5(10), e02690. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02690>

SALEHI, M. (2011). Consumer buying behavior towards online shopping stores in Malaysia. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 1(2), 10. <https://doi.org/10.6007/ijarafms.v1i2.8>

Society, J. E., & Society, J. E. (2019). www.econstor.eu.

Unud, E. M. (2017). *PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN IKLAN MELALUI MEDIA DENPASAR* Nyoman Wisniari Savitri *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia Seiring kemajuan teknologi berjualan tidak hanya dilakukan dengan tatap muka . Teknologi memberikan fas.* 6(8), 4214–4239.