

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Indrawan, R & Yuniawati, P. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan campuran untuk manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan (Edisi Revisi)*. Bandung: Refika Aditama.
- Jane. (2021). *statistika deskriptif & regresi linear berganda dengan spss*. In *Semarang University Press* (Issue April 2012)
- Layaman. (2022). *Statistika: Aplikasi Dalam Penelitian Manajemen*. Deepublish, Yogyakarta.
- Nugraha, Billy, (2022). *Pengembangan Uji Statistic: Implemetasi Metode Regresi Linear Berganda Dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*. Pradina Pustaka Group.
- Setyowati, E. (2012). *Ekonomi Makro Pengantar*. 202.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta
- Suryani, & hendryadi, (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam (Edisi Kedua)*. Jakarta: PrenadaMedia Group.

Jurnal

- Aji, M. S. (2015). *Studi Komparasi Pasar Ternak Bayongbong Dengan Pasar Ternak Wanaraja Kabupaten Garut*. 4, 20–32.
- Ayu, N. F., Agata, Y., Satriani, M., Asnaini, A., & Arisandi, D. (2022). Kepuasan Belanja Fashion Online dan Offline (Studi pada Muslimah Kecamatan Selebar Kota Bengkulu Provinsi Bengkulu). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(1), 15.
<https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i1.446>
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2605>
- Hamzah, Z., Arif, M., & Nisa, C. (2019). Analisis Komparasi Strategi Pemasaran Dalam Transaksi Jual Beli Online Dan Offline Pada Hijab (STUDI Kasus : Mahasiswa Universitas Islam Riau). *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 2(1), 16–26. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2019.vol2\(1\).3694](https://doi.org/10.25299/syarikat.2019.vol2(1).3694)
- Jane. (2021). *statistika deskriptif & regresi linear berganda dengan spss*. In *Semarang University Press* (Issue April 2012).
- Joel, G., Massie, J. D., & Sepang, J. L. (1463). Pengaruh Motivasi, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Matic Merek Yamaha Mio di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1463–1472.
- Korry, D. I. (2017). Pengaruh Status Kerja Ibu Rumah Tangga Terhadap Coping Stress. *Repository Unika Sogijapranata*, 36–44.
<http://repository.unika.ac.id/id/eprint/14757>
- Kosanke, R. M. (2019). *Perbedaan regulasi emosi antara penghafal Qur'an 1-15 juz dan penghafal Qur'an 16-30 juz di Pondok Pesantren Nurul Qur'an Kraksaan, Probolinggo*.
- Kurniawati, D. (2013). Strategi pemasaran melalui media sosial dan minat beli mahasiswa. *Jurnal Simbolika*, 1(2), 193–198.

- <http://www.ojs.uma.ac.id/index.php/symbolika/article/download/200/162>
Layaman, L., & Nilamsari, P. (2018). Analisis Pengaruh Margin Dan Personal Selling Terhadap Minat Nasabah. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 10(1), 81-90.
- M Syukri Nasution. (2019). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa FEBI Berbelanja Online Dikalangan Mahasiswa IAIN Padangsidimpuan*. 19.
- Mardiatmoko, G.-. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Mujiatun, S. (2013). Jual Beli Dalam Perspektif Islam : Salam Dan Istisna'. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 13(September), 202–216.
- Muqoddas, A., Yogananti, A. F., & Bastian, H. (2020). Usability User Interface Desain pada Aplikasi Ecommerce (Studi Komparasi Terhadap Pengalaman Pengguna Shopee, Lazada, dan Tokopedia). *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 6(1), 73–82. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v6i1.3194>
- Nur fitria, T. (2017). Bisnis Jual Beli Online(Online shop) Dalam Hukum Islam dan Hukum Negara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 03(2477–6157), 52–53.
- Permana, M. V. (2013). Peningkatan Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Produk dan Kualitas Layanan. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 4(2), 115–131. <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jdm/article/view/2756/2814>
- Popescu, O. (2021). a Treatise on Political Economy in 1823. *Studies in the History of Latin American Economic Thought*, 227–249. <https://doi.org/10.4324/9780203441329-14>
- Rohmawati, Z. (2018). Kualitas, Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 1(2), 19. <https://doi.org/10.30587/jre.v1i2.418>
- Rusdiana, H. A. (2018). Kewirausahaan Teori dan Praktik. *Journal for Research in Mathematics Learning*, 2(4), 369.
- Rusmiyanto. (2022). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. *Academia: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 91–97. <https://doi.org/10.54622/academia.v2i2.43>
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1–22.
- saja'atul faujiah. (2021). Bab I pendahuluan SISTEM JUAL BELI ONLINE DITINJAU DARI HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF (STUDI KOMPARATIF). *Journal Information*, 10, 1–16.
- Salim, M. (2017). Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam. *Al Daulah : Jurnal Hukum Pidana Dan Ketatanegaraan*, 6(2), 371–386. <https://doi.org/10.24252/ad.v6i2.4890>
- Saragih, H., & Ramdhany, R. (2013). Pengaruh Intensi Pelanggan Dalam Berbelanja Online Kembali Melalui Media Teknologi Informasi Forum Jual Beli (Fjb) Kaskus. *Jurnal Sistem Informasi*, 8(2), 100. <https://doi.org/10.21609/jsi.v8i2.331>
- Setiawati, M. (2017). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN STUDI KASUS MAHASISWA MANAJEMEN UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN Diajukan. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia*, 1(1), 140–157.

- Setyowati, E. (2012). *Ekonomi Makro Pengantar*. 202.
- Shobirin, S. (2016). Jual Beli Dalam Pandangan Islam. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 3(2), 239. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v3i2.1494>
- Siswoyo, H. B. B. (2009). Pengembangan Jiwa Kewirausahaan di Kalangan Dosen dan Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 14(2), 114–123.
- Sutrisno, N., & Haryani, A. D. (2017). Influence of Brand and Product Quality on Customer'S Buying Decision in South Cikarang Bekasi Regency. *Jurnal Lentera Bisnis*, 6(1), 85. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v6i1.169>
- Yilmaz. (2018). PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN DI PASAR RUKOH BANDA ACEH. In *Journal of Islamic Business and Finance: Vol. 3(3)*. <http://dx.doi.org/10.1186/s13662-017-1121-6>
<https://doi.org/10.1007/s41980-018-0101-2>
<https://doi.org/10.1016/j.cnsns.2018.04.019>
<https://doi.org/10.1016/j.cam.2017.10.014>
<http://dx.doi.org/10.1016/j.apm.2011.07.041>
<http://arxiv.org/abs/1502.020>
- Abidin, Z. (2021). Model Intensi Berwirausaha Santri Melalui Etos Kerja Islami Dengan Motivasi Kewirausahaan Dan Hambatan Kewirausahaan Sebagai Variabel Mediator (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS AIRLANGGA).
- Agustina Mutia, SE., M.EI. & Lailatul Syafitri (2013) Analisis Perbandingan Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan, Harga Jual Dan Kualitas Produk Belanja Online Dan Belanja Secara Langsung (Offline) Pada Mahasiswa Febi Uin Sulthan Thaha Saifuddin JAMBI (Doctoral dissertation, UIN SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI).
- Alwafi, F., & Magnadi, R. H. (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*, 5(2), 134-148.
- Anwar, R., & Adidarma, W. (2016). Pengaruh kepercayaan dan risiko pada minat beli belanja online. *Jurnal manajemen dan bisnis sriwijaya*, 14(2), 155-168.
- Ayu, N. F., Agata, Y., Satriani, M., Asnaini, A., & Arisandi, D. (2022). Kepuasan Belanja Fashion Online dan Offline (Studi pada Muslimah Kecamatan Selebar Kota Bengkulu Provinsi Bengkulu). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(1), 15-26.
- Basyah, N. A., Fahmi, I., & Razak, A. (2020). Pendidikan Kewirausahaan Masa Covid-19: Satu Tinjauan. *PENCERAHAN*, 14(1), 95-105.
- Cahyaningrum, A. F., & Susanti, S. (2021). Pengaruh Penggunaan Sosial Media, Pendidikan Kewirausahaan, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Berwirausaha Online Pada Siswa SMK Negeri 1 Pangkalan Bun. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, 5(1), 104-118.
- Faizah, N. K. (2018). Strategi Pemasaran Produk Pakaian Dengan Sistem Online Dan Offline Di Toko Bibishop Grosir Nganjuk (Studi Komparasi). Artikel Skripsi Universitas Nusantara PGRI Kediri. Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Firmansyah, M., Manan, A., Harsono, I., & Irwan, M. (2021). PENYULUHAN TENTANG MENUMBUHKAN JIWA KEWIRAUSAHAAN ISLAMI BAGI PEMUDA DI KELURAHAN MONJOK BARAT KECAMATAN

- SELAPARANG KOTA MATARAM. *Jurnal Abdimas Sangkabira*, 1(2), 110-117.
- Fure, H. (2013). Lokasi, keberagaman produk, harga, dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap minat beli pada pasar tradisional Bersehati Calaca. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- Hadiyati, E. (2011). Kreativitas dan inovasi berpengaruh terhadap kewirausahaan usaha kecil. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan (Journal of Management and Entrepreneurship)*, 13(1), 8-16.
- Hamzah, Z., Arif, M., & Nisa, C. (2019). Analisis Komparasi Strategi Pemasaran Dalam Transaksi Jual Beli Online Dan Offline Pada Hijab (STUDI Kasus: Mahasiswa Universitas Islam Riau). *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 2(1), 16-26.
- Harahap, D. A. (2018). Perilaku belanja online di Indonesia: Studi kasus. *JRMSI- Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(2), 193-213.
- Hasibuan, R. O., & Pradana, M. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Online (studi Pada Mahasiswa/i Pengguna Aplikasi Jual Beli Online Lazada). *eProceedings of Management*, 7(3).
- Hatmawan, A. A. (2020). Analisis faktor yang mempengaruhi kinerja UKM di pasar internasional. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 16(1), 1-18.
- Herman, H. (2020). IMPLEMENTASI MODEL PEMBELAJARAN BERWAWASAN BISNIS ISLAM DI PERGURUAN TINGGI KEAGAMAAN ISLAM (PTKI). *Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Masyarakat Islam*, 10(1), 12-30.
- <https://se2016.bps.go.id/umkumb/index.php/site/tabel?tid=21&wid=0> (diakses pada Kamis, 20 Oktober 2022 pukul 11.00)
- https://www.kompasiana.com/oscar81/5cdb7afe3ba7f77abc1205d2/perilaku-belanja-online-oleh-mahasiswa-studi-kasus-mahasiswa-angkatan-2018-fia-ai?page=all&page_images=1 (diakses pada Kamis, 20 Oktober 2022 pukul 10.30)
- Komara, B. D., Kurniawan, A., & Setiawan, H. C. B. (2021). PROSES PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN DI PERGURUAN TINGGI MELALUI KEWIRAUSAHAAN INTELEKTUAL. *Eqien: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 26-34.
- Miftahurahman, D., Jannah, M., Meilindasari, T. A. S., & Firmansyah, R. (2021, October). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI TREN PENGGUNAAN E-COMMERCE DI ERA PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Negeri Malang Angkatan 2017-2020). In *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE) (Vol. 1, No. 8)*.
- Nahan, N., & Kristinae, V. (2020). PENGARUH PEMBELAJARAN KEWIRAUSAHAAN DALAM Mendukung Kinerja Bisnis Online Mahasiswa FEB UPR Di Kalimantan Tengah. *MEDIA BINA ILMIAH*, 15(5), 4529-4536.
- Nugraha, K. A., Ariyanti, M., & Sumrahadi, S. (2018). Analisis Perbandingan Risiko Pembelian Melalui Online Store Dan Offline Store Di House Of Smith. *eProceedings of Management*, 5(1).

- Nugraha, K. A., Ariyanti, M., & Sumrahadi, S. (2018). Analisis Perbandingan Risiko Pembelian Melalui Online Store Dan Offline Store Di House Of Smith. *eProceedings of Management*, 5(1).
- Nuraini, D., & Evianah, E. (2019). Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen terhadap Pembelian Produk Baju secara Online dan Offline. *Ekonomi-Manajemen Equilibrium: Jurnal Akuntansi*, 15(2).
- Nuraini, D., & Evianah, E. (2019). Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen terhadap Pembelian Produk Baju secara Online dan Offline. *Ekonomi-Manajemen Equilibrium: Jurnal Akuntansi*, 15(2).
- Rafikasari, E. F., & Fauzy, N. E. N. (2020). Pengaruh Harga, Kemasan, Kualitas Produk, Brand Image Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Produk “Le Minerale”. *Dinamika Penelitian: Media Komunikasi Penelitian Sosial Keagamaan*, 20(2), 266-284.
- Rekarti, E., & Hertina, L. (2014). Beberapa faktor yang berpengaruh terhadap minat beli online pada situs jual beli tokobagus. com. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Sosial*, 2(3), 311-318.
- Rosadi, S. D., & Pratama, G. G. (2018). Urgensi Perlindungan data Privasi dalam Era Ekonomi Digital Di Indonesia. *Veritas et Justitia*, 4(1), 88-110.
- Salim, M. (2017). Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam. Al Daulah: *Jurnal Hukum Pidana dan Ketatanegaraan*, 6(2), 371-386.
- Saragih, H., & Ramdhany, R. (2012). Pengaruh intensi pelanggan dalam berbelanja online kembali melalui media teknologi informasi forum jual beli (FJB) Kaskus. *Jurnal Sistem Informasi*, 8(2), 100-112.
- Sarita Permata Dewi, “Pengaruh Pengendalian Internal dan Gaya Kepemimpinan terhadap Kinerja Karyawan SPBU Yogyakarta (Studi Kasus pada SPBU Anak Cabang Perusahaan RB. Group),” *Jurnal Nominal Vol.1 No.1* (2012): 10.
- Sayekti, N. W. (2018). Tantangan perkembangan ekonomi digital di indonesia. *Info singkat*, 10(5), 19-24.
- Setiawati, M., & Aida, W. (2017). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Pasir Pengaraian. *Jurnal Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi*, 2(2).
- Sitorus, S. D., & Mawardi, M. K. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Online (Studi pada Mahasiswa Pengguna Aplikasi Jual Beli Online Carousell). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 73(1), 141-150.
- Supartono, S. (2022). Pengaruh Harga, Kemudahan Bertransaksi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Online Di E-Commerce Shopee Pada Masa Pandemi Covid 19. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(2), 210-218.
- Suprianto, D. (2020). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENGHALANG MINAT BERBISNIS ISLAMIS PADA GENERASI MUDA (Studi Kasus Di Kelurahan Pabuaran Kecamatan Cibinong Kabupaten Bogor). *Jurnal Akrab Juara*, 5(4), 102-115.
- Susiawati, W. (2017). Jual Beli dan dalam Konteks Kekinian. *Jurnal Ekonomi Islam*, 8(02), 171-184.
- Syafitri, L. (2013). Agustina Mutia, SE., M. EI. Sumber, 2014(2015), 2016-2017.
- Ujia, N., & Munawaroh, R. S. (2019). Pengaruh kepercayaan terhadap minat beli online. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 19(2).

- Yanti, N. P. E. D., Nugraha, I. M. A. D. P., Wisnawa, G. A., Agustina, N. P. D., & Diantari, N. P. A. (2020). Gambaran pengetahuan masyarakat tentang covid-19 dan perilaku masyarakat di masa pandemi covid-19. *Jurnal Keperawatan Jiwa*, 8(3), 485-490.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Persaingan terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 415-424.
- Irawan, M. R. N. (2020). Pengaruh Kualitas produk, harga dan promosi terhadap minat beli konsumen pada PT. Satria Nusantara Jaya. *Jurnal Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 5(2), 140-156.
- Hariyanto, H., Arief, M. Y., & Praja, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Toko F3 Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(9), 1784-1795.
- Setena, M., Mariyatni, N. P. S., & Juniariani, N. M. R. (2022). Dampak Kualitas Produk, Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Ud Catur Putra Di Mengwi Badung. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 4(2), 112-121.
- Priskila, T., & Priskila, A. (2019). Pengaruh Kualitas Website (Webqual 4.0) Dan Kualitas Pelayanan (Servqual) Online to Offline (O2O) Commerce Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Minat Pembelian Ulang. *Jurnal Manajemen*, 16(2), 109-126.
- Theresia Loviannauli, P., & Nugroho, S (2021). Penelitian Komparatif Mengenai Pengelolaan Sampah Di Daya Tarik Wisata Pantai Candikusuma Jembarana Dan Pantai Kuta Badung.
- Skripsi**
- Ardiansyah, Z. H. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Hijab Raqumi (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Ghanimata, F., & Kamal, M. (2012). Analisis pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Ghrurdha Primasidi, M., & Syah, M. F. J. (2021). Karakteristik Kewirausahaan Pada Siswa Akuntansi Sebagai Cerminan Etos Kerja Islami Di SMK Muhammadiyah 2 Surakarta (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Hanifah, A. P. (2020). PENGARUH KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KESUKSESAN BISNIS (Studi pada Alumni Pendidikan Bisnis 2013 di UPI) (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Marsela, R., Susanto, R. Y., & Retno Ayu Dewi, N. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Mahasiswa Manajemen Unitri Secara Online Di Shopee (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungga Dewi Malang).
- Maulana, B. S. (2020). Pagaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Impulsif Serta Dampaknya Pada Minat Beli Ulang (Studi Empiris Pada

- Pengguna Shopee. co. id di Kota Surakarta) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Nasution, M. S. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa berbelanja online di kalangan mahasiswa IAIN Padangsidempuan Khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (Doctoral dissertation, IAIN Padangsidempuan).
- Nurrahmanto, P. A., & RAHARDJA, E. (2015). Pengaruh kemudahan penggunaan, kenikmatan berbelanja, pengalaman berbelanja dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli konsumen di situs jual beli online bukalapak. com (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Prabowo, S. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Secara Online di Kalangan Mahasiswa (studi Kasus Fashion Wanita di Yogyakarta) (Doctoral dissertation, STIE YKPN).
- PUTRI, C. C. (2021). Pentingnya Pengetahuan Kewirausahaan Dan Kreativitas Terhadap Pertumbuhan Online Shop Yang Dimiliki Oleh Mahasiswa/I Di Universitas Tarumanagara (Doctoral dissertation, Universitas Tarumanagara).
- Roesman, A. Y. R. (2021). Faktor Penentu Konsumen Indonesia Dalam Niat Membeli Produk Di Platform Online Marketplace Pada Periode Pandemi Covid-19: Pendekatan Model Information Acceptance (Doctoral dissertation, Institut Teknologi Sepuluh Nopember).
- Sari, N. A. (2019). Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Umkm Di Kota Makassar (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Makassar).
- Wulandari, L. A. (2020). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Motivasi Berwirausaha dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember Angkatan 2016 Dan 2017 (Doctoral dissertation, FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS).