

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, Amirudin M. dan Hendra. 2020. “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Lazada.co.id”. *Management Studies and Entrepreneurship Journal* Vol 1 (1) 2020 : 78-96.
- Anggraeni; Penia; Madiawati; Putu Nina. 2016. “Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi terhadap keputusan Pembeian secara Online pada Situs *www.Traveloka.com* . **e-Proceeding Of Management.Vol.3 Page 1880-1887.**
- Anandita Anung; Florentinus Bigar; Saputra; Sumarno Dwi. 2015. “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi akan Risiko terhadap keputusan pembelian melalui situs jejaring sosial”. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan. Vol.15 Hal 203-210.*
- Dewi; Nuning Nurma; PS; Nina. 2019. “Pengaruh Kemudahan, Keamanan Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian secara Onlinemenggunakan Aplikasi Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo)”. **Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi. Volume 8 Nomor 1 ISSN:2302 – 4747.**
- Dwiyanto; Muhammad Ghofur; Fauzi; Amrin; dan Rini; Endang Sulistya. (2019). “*The Effect of Trust, Safety, Service, Quality and Risk Perception on Online Purchasing Decisions on Lazada E-Commerce (Study of Students of the Faculty of Economics and Business, Universitas Sumatera Utara)*”. **International Journal of Research & Review (www.ijrrjournal.com) 67 Vol.6; Issue: 10;**
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality, dan Satisfaction*. Yogyakarta: CV ANDI.
- Fandy Tjiptono. 2011. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media Publishing.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 edisi 9*. Semarang:Badan Peneliti Universitas Diponegoro.
- Hutasoit; Julius Parulian ; Wahab; Zakaria; Hanafi; Agustina; Shihab; Muchsin Sanggaf. (2018).“*The Effect of Trust, Security, Quality of Service and Perceived Risks on OnlinePurchasing Decisions*”.**Saudi Journal of Business and Management Studies (SJBMS).Vol-3, Iss-12 (Dec, 2018): 1384-1393.**

- Iskandar Dani, Nasution, Muhammad Irfan Bahari. 2019. “*Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i FEB UMSU)*”. **Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan, 1(1), 2019, hal128-137 Hasil Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat.**
- Irawan; Indra Ade. 2018. “*Effect Of Trust, Convinience, Security And Quality Of Service OnOnline Purchase Decision(Consumer Case Study In Tangerang Selatan Area)*”. **Jurnal Ekonomi/Volume XXIII, No. 01, Maret 2018: 114-122**
- Jayanti; Ratna Dwi. 2015. *Pengaruh harga, kepercayaan terhadap keputusan pembelian secara online (Studi kasus pada harapan Maulina Hijab Jombang).* **EKSIS. Vol X No 1.**
- Kore; Elisabeth Lia Riani; Lamelwa; Funnisa; dan Mulyaningsih; Ari. (2018). “*The Influence Of Promotion, Trust, And Convenience To Online Purchase Decisions*”. **International Journal of Mechanical Engineering and Technology (IJMET). Volume 9, Issue 10**
- Lestari; Niken Ayu; dan Iriani, Sri Setyo. 2018. “*Pengaruh Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Situs Matahari Mall.com*”. **Jurnal Ilmu Manajemen Volume 6 Nomor 1.**
- Muslikh; Zainal; Hidayati; Rini. “*The Influence of Satisfaction and Trust on OnlinePurchase Decision (Empirical Study on Students in Jakarta)*”. **Journal of Accounting, Management, and Economics Vol. 19, No. 2, 2017, pp. 22-34**
- Pratiwi; Nur Yuli; Wardiningsih; Suprihatmi Sri dan Sumaryanto. 2019. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga, Terhadap Keputusan Pembelian melalui situs Online Store Lazada (Survei pada Mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta).* **Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 19 No. 4.**
- Rozi, dan Harti. 2017. “*Pengaruh E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Online (Konsumen Pembeli Tiket Kereta Api Online pt. Kai Daop 8 Surabaya Gubeng)*”. **Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) ISSN: 2337-6708 Volume 01 Nomor 01.**
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Manajemen Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research) dan Penelitian Evaluasi.* Bandung : Penerbit Alfabeta.

- Sujarweni, Wiratna V. 2015. *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Pers.
- Sunyoto; Danang. 2012. *Konsep dasar Riset Pemasaran & perilaku konsumen*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publish Service)
- Setyarko; Yugi. 2016. “ *Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Produk secara Online*. **Jurnal Ekonomi dan Manajemen**. Vol.5 No.2. ISSN:2252-6226.
- Shopee [internet]. Tersedia dalam :<https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee> [Accessed 30 Desember 2020].
- Shopee Indonesia [Internet]. Tersedia dalam :<https://careers.shopee.co.id/about/> [Accessed 30 Desember 2020].
- Tjiptono; Fandy. 2014. “*Pemasaran Jasa- Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*.” Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Tangesow1; Novialita; Tumbel; Altje L. 2019. “*Pengaruh Gaya Hidup Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen UNSRAT 2014)*”. **Jurnal EMBA Vol.7 No.3 Juli 2019, Hal. 3468 – 3477**.
- Top Brand Award 2018-2020. Tersedia dalam: <http://www.topbrand-award.com>. [Accessed 30 Maret 2020].
- Yulianan; Eko; Siagian; Hanny; Willis; Liangny. 2018. “ *Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Zalora Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan)*”. **Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol.12 No.1**
- Yunita; Nahla Rahma; Sumarsono; Hadi; Farida; Umi. 2019. “*Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online di Bukalapak (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo)*”. **Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi**. Vol. 3 No. 1. Hal 90 – 105.