

DAFTAR PUSTAKA

- Adyanto, Santosa. 2018. Pengaruh Kualitas Layanan, *Brand Image*, Harga Dan Kepercayaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi layanan *E-commerce* Berrybenka.com). **Diponegoro Journal Of Management Volume 7, Nomor 1, Tahun 2018, Halaman 1-20 ISSN (Online): 2337-3792**
- Agustina, Tholok, Handry. 2019. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia (Studi Kasus Wilayah Tangerang). **VOL. 17. NO. 3 (2019)**
- Ariella, Irfan Rizqullah. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid. **Volume 3, Nomor 2, Juni 2018**
- Atmaja, Menuh. 2019. Peran Mediasi *Brand Trust* Pada Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online*. **Denpasar, 24 Mei 2019**
- Audina, Kurniati, Zunaida. 2020. Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee (Studi Pada Mahasiswa Universitas Swasta Di Kota Malang). **JIAGABI. Vol. 9, No. 2, Agustus 2020, Hal. 244-252 ISSN:2302-7150**
- Ayuningtiyas, Gunawan. 2018. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. **Vol 2, No 1, Maret 2018, hlm. 152-165. e-ISSN:2548-9909**
- Aziky, Masreviastuti. 2018. Pengaruh Periklanan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk *E-Commerce* Shopee.co.id. **Volume:4 Nomor:1, Juni 2018 E-ISSN: 2407-5523 ISSN :2407-3741**
- Bawono Ahdi, Isanawikrama, Arif Kusumah, Kurniawan Yohanes Jhony. 2018. Pengaruh Perilaku Konsumen, *Brand Image* Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Pada Situs Belanja *Online* (Studi Kasus Pada Situs Belanja Online XYZ). **Vol.2, No.2. 131-144. 2018 p-ISSN: 2581-2718 e-ISSN: 2620-3480**
- Dewi, 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). **Volume 8 Nomor 1 Maret 2019 ISSN: 2302 – 4747**
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis *Multivariate* dengan Program SPSS Cetakan Kedelapan. Semarang: BPUNDIP.
- Irawan, Indra Ade. 2018. *Effect Of Trust, Convinience, Security And Quality Of Service On Online Purchase Decision (Consumer Case Study In Tangerang Selatan Area)*. **Volume XXIII, No. 01, Maret 2018: 114-122**

- Iskuntianti, Faisal, Naimah, Sanjaya. 2020. *The Influence Of Brand Image, Lifestyle, And Product Quality on Purchasing Decisions*. **Bandar Lampung, Indonesia Vol. 1 No. 6 2020 Page 436-448 DOI: 10.47153/jbmr16.752020**
- Khaerani, Prihatini. 2020. Pengaruh Promosi Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Layanan Traveloka. **Vol. IX, No. III**
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2020. Manajemen Pemasaran. Edisi Ketiga Belas. Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lestari, Iriani. 2018. Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Pada Situs Mataharimall.Com. **Volume 6 Nomor 1 -. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya**
- Mbete, Tanamal. 2020. *Effect of Easiness, Service Quality, Price, Trust of Quality of Information, and Brand Image of Consumer Purchase Decision on Shopee Online Purchase*. **Jurnal Informatika Universitas Pamulang ISSN: 2541-1004. Vol. 5, No. 2, Juni 2020 (100-110)**
- Nasution, Hamni Fadlilah. 2018. Pengaruh Kemudahan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Secara *Online* (Studi Kasus Mahasiswa Belanja Online Pada FEBI IAIN Padangsidempuan). **Volume 4 Nomor 1 Ed. Januari - Juni 2018 : hal. 26-39 p-ISSN: 2356-492X e-ISSN : 2549-9270**
- Nawangarsari, sri., Karmayanti, Yelsi. 2018. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Online Shop YLK.Store). **Pangkalpinang, 8 – 9 Maret 2018**
- Nazarudin, Pela. 2016. Pengaruh Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Situs D'bc Network Orifline. **Volume 2 Nomor 2 Desember 2016**
- Novianti, Arifin, Hufron. 2019. Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Pada Situs Zalora (Studi Pada Mahasiswa Kos Perumahan Griya Shanta Eksekutif Malang). **Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma**
- Prayuda, Bagus Tri. 2019. Pengaruh Kemudahan, Risiko, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Pada Tokopedia.Com. **Volume 8, Nomor 8, Agustus 2019 e-ISSN: 2461-0593**
- Priansa, Donni Juni. Perilaku Konsumen. Bandung: Alfabeta
- Rachmawati, Handoko, Nuryanti, Wulan, Hidayatullah. 2019. Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Pelanggan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian *Online*. **UNMER Malang. ISSN : 2598-0076**

- Sangadji, Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Andi.
- Sari, Vivi Endah. 2019. Pengaruh *E-Wom, Lifestyle*, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian *Ticket Online Booking* Pada Situs Traveloka.Com Di Ponorogo (Studi Kasus Pembelian Tiket Pesawat Dan Kereta Api). **2019,7(4): 474-487 ISSN 2355-5408**
- Setyariningsih, Eny. 2019. Pengaruh Gaya Hidup Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian *Online (E-Commerce)* Lazada Di Kota Mojokerto. **Volume 2. Nomor 2, Agustus 2019**
- Sudjatmika, Fransiska Vania. 2017. Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Di Tokopedia.Com. **Vol. 5, No. 1, (2017)**
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Manajemen (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan, Penelitian Evaluasi). Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. 2011. Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS. Yogyakarta: Andi.
- Suliyanto. 2018. Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi. Yogyakarta: Andi.
- Supriyadi, Wiyani, Indra K.N. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian. **Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 4 No. 1.**
- Utomo, Ardianto, Sisharini. 2017. Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan, Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akademik Universitas Merdeka Malang. **Volume 3, Nomor 2, Juli - Desember 2017 e-ISSN: 2580-8044**
- Yulianto, Soesanto. 2019. Analisis Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Kepercayaan Dan Citra Merek Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Lazada.co.id di Semarang). **Volume 8 , Nomor 3 , Tahun 2019, Halaman 1-9 ISSN (Online): 2337-3792**

Sumber Website

<https://pddikti.kemdikbud.go.id/> Diakses pada 19 Maret 2021 Pukul 09.41

https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=lazada Diakses

pada 12 Maret 2021 Pukul 14.32

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200205204206-206-472064/tren-dan-peluang-industri-e-commerce-di-indonesia-2020> Diakses pada 7 Maret 2021 pukul 22.14

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20160412141537-185-123355/perusahaan-lazada-kini-dikuasai-alibaba> Diakses pada 6 Agustus 2021 pukul 21.24

