

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, S. D. N dan Audita N. 2021. Pengaruh Kepercayaan, Promosi, Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Akomodasi Di Aplikasi Traveloka. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, Vol. 6, No. 1, Hal: 178-193, E-ISSN: 2598-635X P-ISSN: 2614-7696.
- Agustina, M., Fidellis W. T dan Handry. 2019. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia (Studi Kasus Wilayah Tangerang). *Primanomics : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 17. No. 3, Hal: 1-13.
- Alma, Buchari, 2012. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : CV Alfabeta.
- Astuti, R., and Anisa P. D. 2020. The Influence Of Consumer Reviews Prices And Online On Product Purchase Decisions In Fashion Category In Shopee (Case Study Of Faculty Of Economics And Business, University Of Muhammadiyah Sumatera Utara). *International Conference of Project Management (ICPM)*, Vol. 2 Issue 1, Pp: 1-10, P-ISSN 2622-0989, E-ISSN: 2621-993X.
- Edwar, M., Diansari, R.A.A. , and Winawati, N.F. 2018. The Factors That Affecting The Product Purchasing Decision Through Online Shopping By Students of Surabaya State University. *International Journal of Educational Research Review*, Vol. 3 Issue 4, Pp: 54-64, ISSN: 2458-9322.
- Fahrevi, S. R. dan Budhi S. 2018. Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online di Shopee.co.id. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 7, No. 3, Hal: 1-15, e-ISSN: 2461-0593.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM. SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heni, D. A., Bambang M, dan Ratna D. 2020. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Transaksi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pengguna Situs Shopee. *Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah: Smooting*, Vol. 18 No. 2 Hal: 146-150, ISSN: 2085-2215.
- Ilmiah, K dan Indra K. 2020. Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, Vol. 6 No. 1, Hal: 31-42, ISSN: 2502-4434.

- Indra. M., K. Balaji, and C. Velaudham. 2020. Impact Of Social Influence And Safety On Purchase Decision Of Green Cosmetic. *International Journal of Future Generation Communication and Networking*. Vol. 13, Issue. 3, Pp. 3036–3042, ISSN: 2233-7857.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Prenhalindo.
- Nuryati dan Afifka Nur'Aini. 2019. Meningkatkan Keputusan Pembelian Untuk Ponsel Nexian Melalui Harga, Kualitas Produk Dan Kemudahan secara Online Pada Situs Lazada (Studi Pada Mahasiswa Stie-Aub Surakarta). *Kelola : Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, Vol 6 No 1, Hal: 21-32, ISSN : 2337-5965.
- Peter, J Paul dan Olson, J. C. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pratama, I Putu Agus Eka. 2015. *E-Commerce, E-Business dan Mobile Commerce*. Bandung: Informatika Bandung.
- Prayudha, B. T dan Suwito. 2019. Pengaruh Kemudahan, Risiko, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Tokopedia.com." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, Vol. 8 No. 8, Hal: 1-17, e-ISSN: 2461-0593.
- Priansa, D., J. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Prilano, K., Andriasan S. dan Fajrillah. 2020. Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, Vol 1, No 1, Hal. 1-10 ISSN: 2716-4128.
- Rahayu, H., Adi S., dan Tezar A. 2020. Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan Penggunaan, Dan Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Shopee. *Journal Bima (Business, Management And Accounting)*, Vol. 1 No. 1, Hal: 34 – 48, P-ISSN: 2721-2971, E-ISSN: 2721-267X.
- Rahman, H. A and Arifin S. 2019. The Effect Of Promotion And Product Quality Through Purchase Decision On The Customer Satisfaction Of Bohemian Project.Id Products. *International Journal of Engineering Technologies and Management Research*, Vol. 6 Issue 1, Pp: 55-72, ISSN: 2454-1907.
- Sahulata, Reynoldus Andrias. 2019. Analisa Multi Regresi Pada Pengukuran Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Layanan Pembelian Online. *Seminar Nasional Sistem Informasi dan Teknologi Informasi*, Hal: 671-679, ISBN : 978-623-92939-0-2

- Sangadji, E. M., dan Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sari, I. R dan Harti. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Akuntabel*, Vol. 18 No.3, Hal: 444-451, p-ISSN: 0216-7743 , e-ISSN: 2528-1135.
- Setiawan, E. H dan Anisatul F. 2017. Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Risiko Kinerja Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Tokopedia.Com Di Kabupaten Lumajang). *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage*, Vol.01, No.1, Hal: 64-75.
- Sudarwanto, Y, Ambar L., dan Bernedetta D. M. 2021. Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Lazada (Studi Kasus Pada Masiswa Fakultas Ekonomi UST). *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, Vol. 14, No. 02, Hal: 337-345, p-ISSN : 2087-040X, e-ISSN : 2721-7213.
- Sudjatmika, F. V. 2017. Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.com. *AGORA* Vol. 5, No. 1, Hal: 1-7
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. 2018. *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy dan Greforius, Chandra. 2017. *Pemasaran Strategik. Edisi Ke-3*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Turban, Efraim. et. al. 2015. *Perdagangan elektronik, Perspektif Manajerial dan Jejaring Sosial edisi ke-8*. Springer.
- Wahyudi, A. G. N., Djumali dan Eny K. 2020. Keputusan Pembelian Secara Online Melalui Situsjual Beli Shopee Ditinjau Dari Kemudahan, Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Pada Mahasiswa Uniba Surakarta. *Eduonomika*, Vol. 04, No. 01, Hal: 62-69.
- Wahyuni, S., Herry I, dan Endang S. 2017. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Situs Online Fashion Zalora.co.id. *e-Proceeding of Management*, Vol. 4, No. 2, Hal: 1405-1412, ISSN: 2355-9357.

Wulandari, I. dan Sri Hartono. 2022. Keputusan Pembelian Melalui Online Ditinjau Dari Kemudahan, Promosi, Kepercayaan, Dan Kualitas Produk Pada Batik Gunawan Di Surakarta. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, Vol. 06, No. 01, Hal: 102-109.

