

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, M., Handry, & Tholok, F. W. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia (Studi Kasus Wilayah Tangerang). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3 (3),1–13.
- Anggraeni, Penia, and Putu Nina Madiawati. "Pengaruh kepercayaan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara online pada situs www.traveloka.com." *eProceedings of Management* 3.2 (2016).
- Audina, L. N., Kurniati, R. R., & Zunaida, D. (2020). pengaruh *electronic word of mouth* dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee (studi pada mahasiswa universitas swasta di kota malang). 9(2), 244–252.
- Dwi, Florentinus Bigar Anung Anandita Sumarno. "Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi akan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial." *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* 15.2 (2015).
- Dwiyanto, Muhammad Ghofur, Amrin Fauzi, and Endang Sulistiya Rini. "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 and Review* 6.10 (2019): 67-72.
- Fandiyanto, Randika, Raden Andi Sularso, and Bambang Irawan. "Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Ketanggapan, Harga dan Reputasi Perusahaan terhadap Kepercayaan dan Keputusan Pembelian Produk Kerajinan Danbo Secara Online." *GROWTH* 15.1 (2018): 54-71.
- Gunawan, Hendra, and Kartika Ayuningtiyas. "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam." *Journal of Applied Business Administration* 2.1 (2018): 152-165.
- Ghozali, imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariete (Dengan Program IBM SPSS 23). Badan Penerbit Universitas Dipenogoro. Semarang.
- Jefryansyah, Jefryansyah, and Muhajirin Muhajirin. "Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Barang Secara Online." *Target: Jurnal Manajemen Bisnis* 2.1 (2020): 85-94.
- Kristanto, andri. (2008). Perancangan Sistem Informasi Dan Aplikasinya, Yogyakarta
- Mufarrohah, Lu'luatul., Hufron, M., and Fahrurrozi Rahman. "Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas pelayanan terhadap keputusan

- pembelian online (Study Pada Pengguna Situs lazada Mahasiswa Kos di Kecamatan Lowokwaru Kelurahan Merjosari)." *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen* 9.15 (2020).
- Mutiara, Mutiara, and Imam Wibowo. "Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana* 8.2 (2020).
- Novianti, R. A., Arifin, R., & Hufron, M. (n.d.). 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). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 60–76.
- Prayudha, Bagus Tri. "Pengaruh Kemudahan, Risiko, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Tokopedia.com." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 8.8 (2019).
- Prasetyani, Ikhtiyar, and Tri Harsini Wahyuningsih. "Pengaruh Sumber Informasi, Keamanan, Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee." *Efektif Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 10.2 (2019): 91-104.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung : Alfabeta.
- Pudjihardjo, Maria Carolina, Helen Wijaya, and Markus Remiasa. "Analisa pengaruh kepercayaan, kemudahan, kualitas informasi, dan tampilan produk terhadap keputusan pembelian melalui pemasaran di media sosial (studi pada pengguna media sosial di shapeharve)." *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa* 3.2 (2015): 364-379.
- Rafidah, I. (2017). Analisis Keamanan Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Lazada sekolah tinggi ilmu ekonomi indonesia (stiesia) Surabaya. 6.
- Rachmawati, Ike Kusdyah, et al. "Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Pelanggan Dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Online." Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF). Vol. 3. No. 1. 2019.
- Saefurahman, Asep, and Subekti Singgih Hadi. "Price Perception, Risk, Quality of Information, and It's Effect on Online Purchase Decisions." *Advances in Economics, Business and Management Research*, volume 132.
- Sangadji, D. E. (2013) *Perilaku Konsumen*. CV Andi Offset. Yogyakarta
- Schiffman dan Kanuk (2008) *Perilaku Konsumen*, Edisi Ketujuh, PT Macanan Jaya Gemerlang
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Manajemen (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif,*

Kombinasi, Penelitian Tindakan, Penelitian Evaluasi). Alfabeta. Bandung.

Suharman. (2019). "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Aplikasi Online Start-Up Di Kota Medan" *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol 7, No.3, 2019: 259-280.*

Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS.* Yogyakarta.

**Tjipto, Fandy (2015) Strategi Pemasaran.** Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Wisnumurti, R. (2015). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Atasan Wanita Yang Dijual Secara Online Melalui Grup *Blackberry Messenger (studi pada girls outfit project shop).* *Jurnal Pendidikan Tata Niaga, 3(2), 1-17.*

Yuliawan, Eko. "Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian." *Optimal: Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan 12.1 (2018): 34-49.*

Yunita, N. R., Sumarsono, H., & Farida, U. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online di Buka Lapak (studi kasus pada komunitas buka lapak ponorogo). *Isoquant : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi, 3(1), 90.*

Yunita, R. D., Yulianeu, Tri, A. H., & Gagah, E. (2016). Pengaruh kepercayaan konsumen, kemudahan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara online dengan minat beli sebagai variabel intervening (Studi pada pengguna situs jual beli Bukalapak.com). *Journal Ilmiah, 1, 1-7.*

Sumber internet :

<https://id.wikipedia.org/wiki/Tokopedia> Diakses 3 Januari 2021

<https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5e9a41f7e822c/tiga-e-commerce-besarpanen-pengguna-dan-transaksi-saat-pandemi-corona> Diakses 10 November 2020

<https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5f6494f8a9bcb/empat-e-commerce-berebut-pasar-saat-pandemi-siapa-yang-unggul> Diakses 08 November 2020

<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20201021193353-92-561232/transaksi-e-commerce-naik-nyaris-dua-kali-lipat-saat-pandemi> Diakses 08 November 2020

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200707174409-206521938/tokopedia-sebut-pedagang-online-bertambah-kala-pandemi-corona> Diakses 08 November 2020

<https://www.tokopedia.com/about/> Diakses 3 Januari 2021