

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina dkk (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*
- Ayuningtyas, Kartika & Gunawan, Hendra (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. *Journal of Applied Business Administration Vol 2, No 1.*
- Chrisanta, Amelia Eva & Rokhman, Nur (2022), Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Kepercayaan dan E-service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* pada *E-commerce*Shopee. *Cakrawangsa Bisnis Vol.3. No.1*
- Ghozali, Imam (2018). Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VII. Semarang : Badan penerbit Universitas Diponegoro
- Gunawan dkk (2019). *The Determinant Factors of E-commerce Purchase Decision in Jakarta and Tangerang. Binus Business Review, 10(1), 21-29.*
- Heriyato dkk (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Bukalapak (Studi Kasus Mahasiswa Feb Angkatan 2016 Universitas Islam Malang). e – *Jurnal Riset Manajemen, vol. 9, no. 25*
- Irawan, Indra Ade & Kamil, Islamiah (2022). Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Tokopedia Ditinjau Dari Pengaruh Faktor Promosi Penjualan, Brand Image, dan Harga. *Jurnal Perspektif Manajerial dan Kewirausahaan (JPMK) Volume 2, Issue 2*
- Irwansyah dkk, (2021). *Perilaku Konsumen. Bandung : Widhina Bakti Persada Bandung*
- Jefryansyah & Muhajirin, (2020) Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Barang Secara *Online*, *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Vol. 2 No. 1.*
- Kartika dan Amirulmukminin (2022) Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee, *Journal Scientific of Mandalika (JSM), Vol. 3 No. 8.*
- Kore *et.,al* (2018). The Influence Of Promotion, Trust, And Convenience To Online Purchase Decisions. *International Journal of Mechanical Engineering and Technology (IJMET), Volume 9, Issue 10.*

- Kotler dan Keller (2008). Manajemen pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Armstrong. (2008). Prinsip-prinsip pemasaran 2. Edisi ke 12. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016). Manajemen pemasaran edisi 12 jilid 1 & 2. Jakarta : PT. Indeks.
- Kurniawan dkk (2022). *Integrasi Theory of Reasoned Action (TRA) pada Minat Pemesanan Kembali Kamar Hotel Menggunakan Aplikasi Pemesanan Kamar Hotel Online. JOURNAL OF THEORETICAL AND APPLIED MANAGEMENT*. Volume 15, No. 1, 2022.
- Mbete, Goldianus Solangius & Tananaml, Rinabi (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 Vol. 5, No. 2.
- Mutiara & Wibowo, Imam (2020), Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Produk Terhadap keputusan Pembelian. Jurnal Manajemen Bisnis Vol.8. No.2
- Nasikah, Durotun & Fuadi, Slamet (2022). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kkonsumen, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Tokopedia. Jurnal Manajemen Vol. 16 No. 1.
- Nawang Sari, S., & Pramesti, W. N. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Keamaan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Tokopedia. com). Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia, 4(3), 385-394.
- Novia dkk (2017). Analisis Pengaruh Kepercayaan Kualitas Pelayanan Serta Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembeian di *E-commerce* Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE MDP)
- Nurdiyanto, Ahmad Dwi & Kurniawan, Devi Dwi (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Berbasis *E-commerce*. Jurnal Ekonomika dan Bisnis Volume 7 No. 1, 61 – 71 universitas
- Rabiana, Riska & Akib, Baso (2020) Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Marketplace* Shopee (Studi Kasus: Pengguna Aplikasi Shopee). Jurnal Kajian Ekonomi Syariah vol. 4, No. 1
- Rafidah, I., & Djawoto. (2017). Analisis Keamanan Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* di Lazada. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM), 6(2).

- Ramdhani, Neila (2019). Penyusunan Alat Pengukur Berbasis *Theory of Planned Behavior*. Volume 19, no. 2.
- Rumengan dkk (2022), Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Barang Secara Daring. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran Digital*, Vol1, No,2
- Safitri dkk (2022), Analisis Pengaruh Promosi, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *E-commerce* Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Vol1, No.3
- Saragih, Lenny Menara Sari (2019), Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Online B2C* Dikota Medan. Seminar nasional Sains & Teknologi Informasi
- Sari, Dila Purnama & Soliha, Euis (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian *E-commerce* Tokopedia di Kota Semarang. *Proceeding SENDIU 2021*
- Sari, Nandya Eka & Oswari, Teddy (2020). Pengaruh kemudahan, kepercayaan, dan keamanan terhadap Kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian pada toko Online tokopedia. *Creative Research Management Journal*, Vol. 3, No.2.
- Simangunsong, Ridhon MB, Morina (2021). Pengaruh Promosi, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian di *E-commerce* Shopee Pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*. Vol. 1. No. 2.
- Sjahrudin dkk (2022). Pengaruh promosi online dan perilaku konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian ayam pedaging. *Jurnal ilmu manajemen*. Volume 10 nomor 4
- Sobandi, Agus & Somantri, Bambang (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online*. *winter journal IMWI student research journal* vol. 1. No. 1
- Solihin, Dede (2020), Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *Online Shop* Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu pengetahuan, Seni dan Teknologi* Vol. 4, No.1
- Sugiyono. (2018). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. Bandung : PT. Alfabet.
- Yunita dkk (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), 90-105.

<https://iprice.co.id/trend/insights/laporan-perusahaan-e-commerce-mana-yang-paling-berpengaruh-di-asia-tenggara-pada-q1-2022/>

<https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>

<https://pddikti.kemdikbud.go.id/>

<http://digilib.uinsgd.ac.id/40791/1/PERILAKU%20KONSUMEN%20CETAK.pdf>

