

## DAFTAR PUSTAKA

- Adabi, N. 2020. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Indihome di Witel Telkom Depok *Jurnal Manajemen Vol. 12 No. 1 Hal. 32-39*
- Alghifari, A.R. dan Rahayu, T.S.M. 2021. Pengaruh Diskon, Kualitas Website, Persepsi Resiko dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Shopee: Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto. *Derivatif Jurnal Manajemen Vol. 15 No. 2 Hal. 223-236*
- Ani, J. dkk., 2022. Pengaruh Citra Merek, Promosi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-commerce Tokopedia Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal riset ekonomi, manajemen, bisnis dan akuntansi Vol. 10 No. 1 Hal 663-674*
- Ayuningtyas, K. & Gunawan, H. 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 Hal. 152-165*
- Biro Akademik, "Website resmi biro akademik Universitas Muhammadiyah Purwokerto", 2023. <https://baa.ump.ac.id> (Diakses 21 November 2023)
- Brestilliani, L & Suhermin. 2020. Pengaruh Brand Awareness, Brand Ambassador, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Online pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Stiesia). *JIRM: Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol. 9 No. 2*
- Databoks, "5 E-commerce dengan pengunjung terbanyak pada kuartal I 2023". <https://databoks.katadata.co.id> (Diakses 22 Oktober 2023)
- Dewi, A.R. 2022. Pengaruh Penggunaan Bangtan Boys Menjadi Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Kepada E-Commerce Tokopedia Dengan Memediasi Brand Image Dan Brand Awareness. *Journal of Applied in Business Management and Accounting Vol. 1 No. 1 Hal. 14-26*
- Firmansyah. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (ed.9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hasdani dkk., 2021. Persepsi Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap keputusan Pembelian Online Pada Users di Kabupaten Bungo. *Jurnal Manajemen Sains Vol.1 No. 3 Hal. 187-196*

- Hendayana, A dan Afifah, N.M. 2020. Pengaruh Brand Ambassador dan Korean Wave Terhadap Minat Belanja Online Melalui Marketplace Tokopedia. *Kinerja Vol. 3 No. 1 Hal. 97-111*
- Heptariza, A. dkk., 2023. Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian di Marketplace Shopee. *Journal of Applied Management Studies Vol. 4 No. 2 Hal. 97-111*
- Ilmiyah, K. & Krishernawan, I. 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*
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press
- Istiqomah dkk., 2019. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Iklan, dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian di Situs Shopee di Kota Lumajang. *In Progress Conference Vol. 2 No. 1 Hal. 557-563*
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2017). *Principle Of Marketing* (17<sup>th</sup> ed.). United Kingdom: Pearson
- Lailiya, N. 2020. Pengaruh Brand Ambassador dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia. *Iqtishad Equity Jurnal Manajemen Vol. 2 No. 2 Hal. 113-126*
- Lestari, R.D. dkk., 2023. Pengaruh Brand Ambassador, Electronic Word of Mouth, dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Marketplace Tokopedia di Magetan). *Jurnal Cakrawala Ilmiah Vol. 2 No. 11 Hal. 4241-4254*
- Mahliza, F. dkk., 2021. The Effect of E-WOM, Brand Trust, and Brand Ambassador on Purchase Decision at Tokopedia Online Shopping Site. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering Vol. 1071 No. 1*
- Mbete, G.S. & Tanamal, R. 2020. Effeect of Easiness, Service Quality, Price, Trust, Quality Information, and Brand Image of Consumer Purchase Decision on Shopee Online Purchase. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang Vol. 1 No. 1 Hal. 194-199*
- Mita dkk., 2021. Analisis Pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan, dan Ulasan Konsumen Daring terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia Vol. 4 No. 4 Hal. 548-557*

- Mulyadi, A. dkk., 2018. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian di Toko Online Lazada. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Terapan* Vol. 15 No. 2 Hal. 87-94
- Nasution, S. L. dkk., 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal ecobisma* Vol. 7 No. 1
- Rahayu, S. 2021. Pengaruh Harga, Kepercayaan, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce Tokopedia. *Journal management, business, and accounting* Vol. 20 No. 1 Hal. 40-50
- Rani, R.P. dan Widyasari, S. 2021. Pengaruh Brand Ambassador, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Konsumen Marketplace Tokopedia di Rembang). *SEIKO: Journal of Management & Business* Vol. 4 No. 2 Hal. 157-162
- Schiffman, L.G dan Wisenblit, J. 2015. *Consumer Behavior*. Pearson: England
- Sentosa, H.P. dkk., 2023. Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Marketplace E-Commerce Shopee. *Nobel Management Review* Vol. 4 No. 1 Hal. 105-117
- Sugiyono. 2015. *Metodologi Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Tanjaya, S.C. dkk., 2019. Pengaruh Kualitas Informasi, Kepercayaan dan Kemudahan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vape di Instagram. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* Vol. 7 No. 4
- Tokopedia.com. “5 Fitur Tokopedia Agar Tetap Hemat Belanja Online”. <https://www.tokopedia.com> (Diakses 26 Agustus 2024)
- Utami, N. dkk., 2022. Pengaruh Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Tokopedia (Studi Kasus Remaja Kota Medan). *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi, dan Manajemen* Vol. 2 No. 1 Hal. 41-46.