

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Stepanus Dwi Nughroho, & Nuvriasari, A. (2021). Jurnal Jimem-Co Author 2021.Pdf (Acuan). *Pengaruh Kepercayaan, Promosi, Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Akomodasi Di Aplikasi Traveloka*, 6(1), 178–193.
- Aditya, I. M. (2023). *E-Commerce Paling Banyak Dikunjungi Sepanjang 2023*. Similar Web. <https://Goodstats.Id/Infographic/E-Commerce-Paling-Banyak-Dikunjungi-Sepanjang-2023-Avg5>
- Alghifari, A. Y., & Rahayu, T. S. M. (2021). 635-1931-1-Pb Aruf Yusuf Alghifari1, Tri Septin Muji Rahayu2. *Pengaruh Diskon, Kualitas Website, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee: Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto*, 15(2). <https://doi.org/10.24127/Jm.V15i2.635>
- Apjiii. (2023). *Pengguna Internet Di Indonesia 2022-2023*. [https://www.kominfo.go.id/content/detail/49482/memenuhi-layanan-digital-hingga-pelosok/0/artikel#:~:text=Data Apjii Menyebutkan Pengguna Internet,Sebanyak 210%2c03 Juta Pengguna](https://www.kominfo.go.id/content/detail/49482/memenuhi-layanan-digital-hingga-pelosok/0/artikel#:~:text=Data%20Apjii%20menyebutkan%20pengguna%20internet,sebanyak%20210%20juta%20pengguna.).
- Arbaini, P. (2020). Pengaruh Consumer Online Rating Dan Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace Tokopedia. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7(1), 25–33.
- Asnawi, A., Arfani, M., Kamariyah, S., & Dwijosusilo, K. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Website (Webqual) Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Melalui Aplikasi Kai Access Di Surabaya. In *Kristijan Dwijosusilo Jiabi* (Vol. 7, Issue 1).
- Dapas, C. C., Sitorus, T., Purwanto, E., & Ihalauw, J. J. O. I. (2019). The Effect Of Service Quality And Website Quality Of Zalora.Com On Purchase Decision As Mediated By Purchase Intention. *Quality - Access To Success*, 20(169), 87–92.
- Haramaini, N., Rachma, N., & Slamet, A. R. (2019). *Pengaruh Promosi, Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020a). *Maker: Jurnal Manajemen Marketplace Shopee Di Mojokerto*. <http://www.maker.ac.id/index.php/maker>
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020b). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42. <https://doi.org/10.37403/Mjm.V6i1.143>
- Iskandar, D., & Nasution, M. I. B. (2019). *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa/I Feb Umsu)*. 1(1), 128–137. <https://doi.org/10.30596/Snk.V1i1.3590>

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi Ke-12 Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran* (12th Ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip- Prinsip Pemasaran* (3rd Ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (16th Ed.). New Jersey: Pearson.
- Lelani, A., Welsa, H., & Cahyan, P. D. (2019). Pengaruh Orientasi Belanja Dan Kualitas Web Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Word Of Mouth Communications Sebagai Variabel Intervening Pada Online Shopping Shopee. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 2(2), 63–71. [https://doi.org/10.26460/Ed\\_En.V2i2.1460](https://doi.org/10.26460/Ed_En.V2i2.1460)
- Majid, R. S. R. (2022). Analysis The Effect Of Website Quality On Buying Decision At Small And Medium Enterprises In Bandung City, Indonesia Analisis Pengaruh Kualitas Website Terhadap Keputusan Pembelian Di Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kota Bandung, Indonesia. *International Journal Administration, Business And Organization (Ijabo)* |, 3(2), 11–19. <https://sinarmas.store/>
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, 2(2), 476–490. <https://doi.org/10.55681/Economina.V2i2.326>
- Mellani, C., Bopeng, L. S., & Bajari, M. (2019). The Effect Of Trust And Information Quality On The Decision To Purchase Airline Tickets On E-Commerce Traveloka (Case Study: Traveloka Users In The District Of Manokwari). *Cakrawala Management Business Journal*, 2(1), 252. <https://doi.org/10.30862/Cm-Bj.V2i1.17>
- Mufarrohah, L., Hufron, M., & Rahman, F. (2020). *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Study Pada Pengguna Situs Lazadamahasiswa Kos Di Kecamatan Lowokwaru Kelurahan Merjosari)*. 11(1), 1–14.
- Muhani, & Sabillah, H. San. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Word Of Mouth, Kualitas Website, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan Fair Value*, 04(03), 1114–1127.
- Mulyana, S. (2021). Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee Di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 185–195. <https://doi.org/10.35446/Dayasaing.V7i2.665>
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M., Jati Lestari, W., & Husnilfatima Beribe, M. K. (2021). *Perilaku Perilaku Konsumen Teori*.
- Prilano, K., & Sudarso, A. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan Dan Promosi

Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal Of Business And Economics Research (Jbe)*, 1(1), 1–10.  
<https://www.liputan6.com/tekno/read/3236843/kasus-order-fiktif-di-lazada-meluap-warganet-ikutanbaper>.

Purnama, L., Suyani, T., & Hardipamungkas, Nurfitri Eka. (2020). *Pembelian Jasa Online Gojek*.

Safitri, A. L. (2022). *Pengaruh Persepsi Risiko, Kualitas Situs Web Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Fashion Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Pelanggan Zalora.Co.Id Di Kota Semarang)* *Article Information*.  
<http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/jekobs>

Solihin, D. (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*, 4(1), 38–51.  
<https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Pt. Alfabeta.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th Ed.). Penerbit Andi.

Wulandari, H. P., & Subandiyah, A. E. (2022). Pengaruh Ulasan Produk, Harga Dan Pembayaran Non Tunai (Shopee Paylater) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Market Place Shopee Di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 9(2), 80.  
<https://doi.org/10.54131/jbma.v9i2.138>