

DAFTAR PUSTAKA

- Adyanto, B. C., & Santosa, S. B. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, Harga Dan Kepercayaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Layanan E-Commerce Berrybenka. com). *Diponegoro Journal of Management*, 7(1), 10-29.
- Agustiningrum, D., & Andjarwati, A. L. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3).
- Ayuningtiyas, 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.
- Canestren, I. A., & Saputri, M. E. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater. *eProceedings of Management*, 8(3).
- Erdawati, E. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Iklan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Online melalui Shopee. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(3), 365-371.
- Fortuna, C. I., & Marwati, F. S. (2021). Purchase Decision in the Online Shopping Application, Reviewed from Easy, Quality of Information, Culture, and Trust. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 174-183.
- Ghozali, Imam. (2016). *Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi dengan IBM SPSS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 25*. Edisi 9. Semarang.: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heni, D. A., Mursito, B., & Damayanti, R. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Transaksi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pengguna Situs Shopee. *SMOOTHING*, 18(2), 146-150.
- Hidayat, I., Arifin, R., & Priyono, A. A. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Harga Dan Kualitas Informasi Penggunaan E-Commece Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Bukalapak. Com (Studi Pada Mahasiswa S1 Fak. Ekonomi Unisma Angkatan 2013). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 6(03).

- Ilmiyah dan Krishernawan. 2020. *Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto*. Jurnal Manajemen. Vol. 6 No. 1, Juni 2020.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2018. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Ketigabelas*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management* Jilid 15e. England: Pearson.
- Mayasari, Hesti. 2012. *Analisis Perilaku Pembelian Ponsel Cerdas (Smartphone)*. Jurnal Manajemen dan kewirausahaan Fakultas Ekonomi Universitas Tamansiswa.
- Minarti, Mega Sifti. 2020. *Pengaruh Gaya Hidup, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shopee*. PhD Thesis. Prodi Manajemen.
- Mongisidi, S. J., Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2019). *Pengaruh Lifestyle Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Manado Town Square)*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3). <https://doi.org/10.35794/emba.v7i3.24041>
- Nasution, S. L. A., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu)*. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43-53.
- Nurrohimah. 2017. *Profil Perusahaan PT. Shopee Internasional No Title*. Blogspot.com. <https://nurrohimah27.blogspot.com/2017/10/profil-perusahaan-pt-Shopee.html>
- Peter, J. Paul., dan Olson, Jerry C 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 9. Salemba EMpat-Jakarta Selatan.
- Pradwita, R. B. R. P., Handoko, Y & Rachmawati, I. K .2020. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi pada Website www.laroslaptop.com Terhadap Keputusan Pembelian Online*. Jurnal Apresiasi Ekonomi. Vol 8 No. 2, hal 212-220.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.

- Purnamasari, R. D. A., Sasana, H., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk, dan brand image terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran shopee paylater. *Jurnal Manajemen*, 13(3).
- Putri, Fanny Anggraeny; Iriani, Sri Setyo. 2020. Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee Paylater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8.3: 818-828.
- Rahayu, H., Sismanto, A & Arianto, T .2020. *Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Bengkulu)*. *Journal Bima (Business, Management And Accounting)*. Vol 1 No. 1, hal 34 – 48.
- Rahayu, P. D & Djawoto. (2017). *Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*. Vol 6 No. 10, hal 2-20.
- Setyariningsih, Eny. 2019. "Pengaruh Gaya Hidup dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (E-Commerce) Lazada Di Kota Mojokerto." *Bisman (Bisnis dan Manajemen): The Journal of Business and Management* 2, no. 2: 150-164.
- Sudarwanto, Y., Lukitaningsih, A., & Maharani, B. D. (2021). Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Lazada. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 14(2), 337-345.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Suhermin, S. (2017). Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan Merk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(11).
- Tanjaya, S. C., Mananeke, L & Tawas, H .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, hal 4935-4944.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Top brand award. (2022) Top brand index kategori situs jual beli online (Internet).
<https://www.topbrand-award.com/> (diakses 09 Maret 2022).

Wijaya, D. N. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Starbucks, Kota Malang) (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).

Yuliawan, E., Siagian, H & Willis, L .2018. *Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian*. Optimal: Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan. Vol 12 No 2, hal 34-49.

