

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Ahdiyati. "5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2023." *Databoks* (blog), mei 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023>.
- Agus Eko Sujianto. *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*. Jakarta: PT Prestasi Pustakarya, 2009.
- Aisah dan Yayak Heriyanto. "Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Ilmu Administrasi Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI di Jakarta)." *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol 1, no. No 3 (2021): 169–87.
- Amin, Amirudin M. "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Lazada.co.id." *Management Studies and Entrepreneurship Journal* vol 1 (2020): hal 78-96.
- Arif Pratisto. *Cara Mudah Mengatasi Masalah Statistik dan Rancangan Percobaan dengan SPSS 12*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2004.
- Basu Swasta DH dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*. Ed.2 Cet.4. Yogyakarta: Penerbit Liberty, 1989, 2013.
- David Kurniawan. "Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Konsumen Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee Di Surabaya." Skripsi, Universitas Bhayangkara Surabaya, 2022.
- Davis, Gordon B. *Kerangka Dasar: Sistem Informasi Manajemen*. Bagian 1 Pengantar Seri Manajemen. No. 90 A. Jakarta: PT. Pustaka Binawan Pressindo, 2016.
- Dimas Bayu. "Pengguna E-Commerce RI Diproyeksi Capai 196,47 Juta pada 2023." *Dataindonesia.id* (blog), 4 September 2023. <https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/pengguna-ecommerce-ri-diproyeksi-capai-19647-juta-pada-2023>.
- Fathimah Febrianah dan Sukaris. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan Transaksi dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Ekobistek*, 26 September 2022, 309–15. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i4.391>.
- Fred D. Davis. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology." *MIS Quarterly*, 1989. <https://doi.org/10.2307/249008>.
- Ghozali Imam. *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*. Cet. VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.

- Harahap, Dedy Ansari. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pajak USU (Pajus) Medan." Preprint. INA-Rxiv, 4 Desember 2017. <https://doi.org/10.31227/osf.io/2dg3q>.
- Hardani, Nur Hikmatul Auliya, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Dhika Juliana Sukmana, dan Ria Rahmatul Istiqomah. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020.
- Harman Malau. *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Ilmiyah, Khafidatul, dan Indra Krishernawan. "Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee di Mojokerto." *Maker: Jurnal Manajemen* 6, no. 1 (4 Juni 2020): 31–42. <https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>.
- Indah Wahyu Virmawati. "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Satya Negara Indonesia Kampus A)." Skripsi, Mahasiswa Universitas Satya Negara Indonesia Kampus A, 2019.
- Jogiyanto HM. *Sistem informasi keperilakuan*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset, 2007.
- Jogiyanto HM dan Willy Abdillah. *Konsep dan aplikasi PLS (partial least square): untuk penelitian empiris*. Ed. 1; Cet. 1. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada, 2019.
- Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk. *Perilaku Konsumen*. Ed 7. Jakarta: Penerbit PT. Indeks, 2004.
- . *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks Group Gramedia, 2009.
- . *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit PT. Indeks, 2015.
- Lestari, Ade Nia Suryani. "Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Mobile Shopee." *MDP Student Conference (MSC) 2022*, 2022, 1–8.
- Mahardhika, Wahyu Tia, Achmad Fauzi, Amelya Lestin Anggraeni Supu, Galuh Purnama, Sarah Fadilah, dan Via Airani. "Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop pada Marketplace Shopee (Studi Pustaka Manajemen Sekuriti)" 2, no. 1 (2023).
- Mantara, Made Abi, Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi Telagawathi, dan Ni Nyoman Yulianthini. "Faktor-Faktor Yang Menentukan Keputusan Pembelian Secara Online Di Bukalapak Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha." *JEMBA: Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen dan bisnis, Akuntansi* 2, no. 1 (29 Maret 2022): 18–28. <https://doi.org/10.52300/jemba.v2i1.3529>.

- Marlena, Novi. “Pengaruh keamanan terhadap keputusan pembelian jasa transportasi gojek dimasa pandemi covid-19 dengan kepercayaan sebagai intervening,” 2021.
- Marsalin, Ana Dewi, dan Christiawan Hendratmoko. “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Brand Image Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna E-Commerce Shopee.” *Jurnal Bintang Manajemen (JUBIMA)* vol 1, no. no 3 (2023): 193–211. <https://doi.org/10.55606/jubima.v1i3.1870>.
- Nanto purnomo dan Moh. Nur Hidayat. “Persepsi Manfaat Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Online Shop (Studi Kasus Di Universitas Islam Lamongan).” *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika* 14, no. 1 (2021): hal. 93–103. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v14i1>.
- Nasution, Siti Lam’ah, Christine Herawati Limbong, dan Denny Ammari Ramadhan. “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, no. 1 (27 Januari 2020): 43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>.
- Nurmalasari, Nurmalasari, dan Latifah Latifah. “Pengaruh Keamanan, Kualitas Informasi dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Online pada Konsumen Tiktok Shop.” *Jurnal Perspektif* 21, no. 1 (15 Maret 2023): 45–52. <https://doi.org/10.31294/jp.v21i1.15285>.
- Park, Chung-Hoon, dan Young-Gu Kim. “The Effect of Information Satisfaction and Relational Benefit on Consumers’ Online Shopping Site Commitments.” *Journal of Electronic Commerce in Organizations* Vol 4, no. 1 (Januari 2006): 70–90. <https://doi.org/10.4018/jeco.2006010105>.
- Pautina, Yazid Bustomin, Yulinda L Ismail, dan Zulfia K Abdussamad. “Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Belanja Online Shopee (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo).” *JURNAL MANAJEMEN & ORGANISASI REVIEW (MANOR)* 4, no. 1 (30 Mei 2022): 27–38. <https://doi.org/10.47354/mjo.v4i1.358>.
- Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran*. Ed. 11 jilid 1. Jakarta: Penerbit Indeks, 2005.
- Philip Kotler dan Gary Armstrong. *Principles of marketing*. 13th ed. New Jersey: Pearson Education, 2010, 2013.
- . *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2006.
- . *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 2. Indonesia: Erlangga, 2009.

- . *Marketing Management*. 15th Edition. Boston: Pearson Education, 2016.
- Puanda, Firman, dan Rose Rahmidani. “Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Aplikasi Shopee.” *Jurnal Ecogen* 4, no. 3 (26 Oktober 2021): 367. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v4i3.11507>.
- Rahmawati. “Kecewa dengan Pihak Shopee yang Seolah Membiarkan Konsumen Penipu.” *Mediakonsumen.com* (blog), 10 Februari 2020. <https://mediakonsumen.com/2020/02/10/surat-pembaca/kecewa-dengan-pihak-shopee-yang-seolah-membiarkan-konsumen-penipu>.
- Raman, Arasu, dan Viswanathan. *Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer*. IJCA Special Issue on: Wireless Information Networks & Business Information System, 2011.
- Ratna Wijayanti Daniar Paramita, Noviansyah Rizal, dan Riza Bahtiar Sulistyan. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Edisi 3. Lumajang: Widya Gama Press, 2021.
- Ria Murdiyanti. “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Aplikasi Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Semarang).” Skripsi, Universitas Semarang, 2022.
- Rossa, Adela, dan Fathir Ashfath. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Risiko dan Keamanan terhadap Impulse Buying Pengguna SPaylater (Shopee Paylater) di Jadetabek,” 2022.
- Sari, Saidah Putri. “Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen.” *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 8, no. 1 (25 Maret 2020): 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>.
- Sentosa, Harry Phinwa, Fitriani Latief, dan Agunawan Agunawan. “Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace E-Commerce Shopee.” *Nobel Management Review* 4, no. 1 (31 Maret 2023): 105–17. <https://doi.org/10.37476/nmar.v4i1.3881>.
- Sinaga, Cipta Lestari, dan Winda Evyanto. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee Di Kota Batam.” *YUME : Journal of Management* volume 6, no. 2 (2023): hal 24-38.
- Siswanto Sutojo. *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta: Damar Mulia Pustaka, 2004.
- Sugiyono. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Cet. 26. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Suryani, Swastika, dan Komsu Koranti. “Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Keamanan Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Sikap Pengguna E-Commerce.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis* 27, no. 2 (2022): 183–98. <https://doi.org/10.35760/eb.2022.v27i2.5189>.

- Susanto, Dedek, Muinah Fadhilah, dan Ida Bagus Nyoman Udayana. “Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Konsumen Shopee Di Yogyakarta)” 18 (2021).
- Syafrida Hafni Sahir. *Metodologi Penelitian*. Jogjakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2021.
- Syaichoni, Ahmad, dan Rifki Sahara. “The Concept of al-Bay’ in the Perspective of Maudū’ī Interpretation: Study of its relevance to technology-based transactions.” *AQWAL Journal of Qur’an and Hadis Studies* 3, no. 1 (30 Juni 2022): 16–29. <https://doi.org/10.28918/aqwal.v3i1.5706>.
- Tri Mila Wulandari dan Intisari Haryanti. “Pengaruh Kemudahan dan Keyakinan Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus pada Penggunaan Shopee).” *DIMENSI* vol 11, no. no 3 (2022): hal 477-496.
- Ulan Permata Sari. “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Shopee (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan Bogor).” Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pakuan Bogor, 2023.
- Vicky Brama Kumbara. “Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse.” *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2, no. 5 (2021): hal 604-630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5>.
- Wahid Sulaiman. *Analisis regresi menggunakan SPSS: contoh kasus dan pemecahannya*. Ed. 1. Yogyakarta: Andi, 2004.
- Yodi Prayuda dan Syaiful Anwar. “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Konsumen Shopee Di Kota Padang.” *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan* Vol. 3, no. No. 2 (2023): hal 630-646.