

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. Solihin, “Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikayla Dengan Minat Beli Sebagai Varibel Intervening,” *Jurnal Mandiri*, vol. Volume 4 No 1, no. 1, pp. 38-51, 2020.
- [2] M. Sandora, “PENGARUH KEPERCAYAAN, DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BELANJA SECARA ONLINE,” *Eko dan Bisnis(Riau Economics and Business Reviewe)*, vol. 11, no. 6, pp. 1-27, 2020.
- [3] Z. H. A. J. Istiqomah, “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Iklan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian di Situs Shopee di Kota Lumajang,” *Progress Conference*, vol. 2 , no. 3, p. 557, 2019.
- [4] Y. H. I. K. R. Raden Bagus Rendy Putra Pradwita, “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Pada Website WWW.LAROSLAPTOP.COM Terhadap Keputusan Pembelian Online,” *Apresiasi Ekonomi*, vol. 8, no. 4, pp. 212-220, 2020.
- [5] R. V. Kuswanto, “Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pembelian Online (Studi Kasus Pada Toko Emershop di TokoPedia.com),” *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium*, vol. 6, no. 8, pp. 198-211, 2020.
- [6] H. G. S. Kartika Ayuningtiyas, “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam,” *Applied Business Administration*, vol. 2, no. 7, pp. 152-165, 2018.
- [7] H. S. L. W. Eko Yuliawan, “Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Zalora Indonesia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil),” *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, vol. 2, no. 8, pp. 34-48, 2018.
- [8] I. K. Khafidatul Ilmiyah, “Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Markertplace Shopee di Mojokerto,” *Jurnal Manajemen*, vol. 6, no. 9, pp. 31-42, 2020.
- [9] Wulan, “Rilis Fitur Nearby Shop, Belanja di JD.ID Ambil di Alfamart

- Terdekat,” *cerdas belanja*, no. 7, p. 1, 2021.
- [10] M. Dr. Hartini. S.E., *Perilaku konsumen*, Bandung, Jawa Barat: Media Sains Indonesia, 2021.
- [11] H. Sudarsono, *Manajemen Pemasaran*, Jember, Jawa timur: CV. PUSTAKA ABADI, 2020.
- [12] N. N. K. Y. A.A.Ayu Ratih Pertama Sari, *Kepercayaan Pelanggan Di Antara Hubungan Citra Perusahaan Dan Kewajaran Harga Dengan Loyalitas Pelanggan Mapemal.com*, Jawa Tengah: Penerbit Lakeisha, 2020.
- [13] Z. S. B. A. H. D. C. Ana Sopanah, *Isu Komputer Ekonomi Dan Bisnis*, Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021.
- [14] Y. B. U. D. A. Aprilia Dian Evasar, “Pelatihan Dan Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Produk UMKM Di Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kendiri,” *Pengabdian Masyarakat*, vol. 1 NO 2, no. 16, p. 79, 2019.
- [15] A. s. s. s. a. h. p. k. m. m. a. s. j. s. d. h. t. n. f. a. Astri Rumondang, *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*, Yayasan Kita Menulis, 2020.
- [16] B. Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier berganda, Uji T, Uji F, R2)*, Jakarta: Guepedia, 2021.
- [17] A. D. S. Deddy Prihadi, “Pengaruh Kemampuan E-Commerce Dan Promosi Di Media Sosial Terhadap Kinerja Pemasaran,” *BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. %1 dari %23, Nomor 1,, no. 15, p. 16, 2018.
- [18] M. Dr. Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.
- [19] M. Dr. H. Fajri Ismail, *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2018.
- [20] S. M. Dr. Hartini, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran ( Konsep Dan Strategi Pada Era Digital)*, Kota bandung, Jawa Barat: CV Media Sains Indonesia, 2021.
- [21] S. M. Dr. Sri Wahyuni, *Kinerja Sharia Conformity And Profitabilty Index Dan Faktor Determinan\*, Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020.

- [22] S. Dr.Hj.Dewi Indriani Jusuf, *Perilaku Konsumen Di Masa Bisnis Online*, Yogyakarta: Andi, 2018.
- [23] M. Drs. Setyo Budiwanto, *Metode Statistika Untuk Mengolah Data Keolahragaan*, Malang: UM, 2017.
- [24] E. W. Erry Setyo Prabowo, "Analisis Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online," *Jurnal Insitusi Politenik Ganesha Medan*, vol. 2 NO 1, no. 26, p. 90, 2019.
- [25] N. N. Fadel Retzen Lupi, "Analisis Strategi Pemasaran Dan Penjualan E-Commerce Pada TokoPedia.com," *Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer*, vol. 1 no 2, no. 14, p. 21, 2016.
- [26] M. R. d. R. Fijra, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Deepublish, 2021.
- [27] C. Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS (mudah mengolah data dengan IBM SPSS stastistic 25)*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.
- [28] Y. H. F. N. M. W. S. H. Ike Kusdyah Rachmawati, "Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Pelanggan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online," *Fakultas Teknologi Informasi*, vol. 2, no. 6, p. 1621, 2019.
- [29] D. M. Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan, Jawa Timur, Indonesia: Unitomo Press*, 2019.
- [30] O. O. S. Madina Nurul Ivadah, "Pengaruh Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Fashion Pada E-Commerce Shopee," *e-Proceeding of Management*, vol. 8, no. 13, p. Page 3282, 2021.
- [31] R. Y. Maizul Rahmizal, "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Di Kota Padang," *Jurnal Pundi*, vol. 4 No 3, no. 26, p. 412, 2021.
- [32] H. R. & D. Malik, "Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce TokoPedia.com Di Jakarta Pusat," *Reformasi Administrasi*, vol. 3, no. 2, p. 130, 2016.
- [33] L. S. J. W. P. P. P. D. P. Megasari Gusandra Saragih, *Metode Penelitian Kuantitatif, Dasar-Dasar Mulai Penelitian*, Yayasan Kita Menulis, 2021.
- [34] S. Mulyana, "Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee Di Pekan Baru," *Jurnal*

*Daya Saing*, vol. 7 No 2, p. 187, 2021.

- [35] H. Yud, "Alasan JD.ID Tidak Bekerja Sama Dengan Penjual Perorangan," *Berita Satu*, 25 November 2016.
- [36] Suryanto, Monograf Pengaruh Penerapan Technology Based Self Service Terhadap Keputusan Kepuasan Siswa Pada Layanan Pinjam Dipergustakaan SMA Negeri 5 Magelang, Magelang: Pustaka Rumah Cinta, 2018.
- [37] C. H. L. d. D. A. R. N. Siti Lam'ah Nasution, "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan Dan Harga Terhadap keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu)," *Jurnal Ecobisms*, vol. 7 no 1, no. 5, p. 46, 2020.
- [38] B. Marketing, "Pengertian E-Commerce Dan Contoh, Komponen, Jenis Dan Manfaat," 27 Februari 2020.
- [39] H. N. Munawaroh, "Pengaruh Promosi, Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui E-Commerce Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Santri Pondok Pesantren Al Barokah)," Vol. %1 dari %219-25, no. 20, 2020.
- [40] J. News, "Profil Perusahaan JD.ID," *Corporatenews*, 30 Juni 2020.
- [41] B. Nugraha, Pengembangan Uji Statistik ; Implementasi Metode Regresi Linier Berganda Dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik, Surabaya: CV Pradina Pustaka Group, 2022.
- [42] N. Z. B. Pambuko, Eviews Untuk Analisis Ekonometrika Dasar Aplikasi Interpretasi, Magelang: Unimma Press, 2018.
- [43] D. S. Prof, Metode Penelitian Kuantitatif Dan R&D, Bandung: CV Alfabeta, 2016.
- [44] I. A. H. K. R. S. Riski Rosdiana, "Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online," *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* , vol. 11 No 1, no. 24 , p. 324, 2019.
- [45] S. SastroAtmodjo, Manajemen Pemasaran Marketing, Kota Bandung, Jawa Barat: CV Media Sains Indonesia, 2021.

- [46] D. D. K. Sawlani, Keputusan Pembelian Online Kualitas Website, Keamanan Dan Kepercayaan, Surabaya: Scopindo Media Pustaka , 2021.
- [47] E. Setyariningsih, “Pengaruh Gaya Hidup Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (E-Commerce) Lazada Di Mojokerto,” *Bisman*, vol. 2, p. 4, 2019.
- [48] M. R. B. R. M. Shoffiul auli, “Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkir Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee,” *Riset Manajemen*, vol. II, 2020.
- [49] A. M. R. H. R. N. A. R. Alvin Edgar Permana, “Analisa Transaksi Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19,” *Jurnal Teknoinfo*, vol. 15 no 1, no. 7 , pp. 32-37, 2021.
- [50] R. A. Resa Nurlaela Anwar, “Pengaruh Kepercayaan Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Fashion Muslim Hijab Di Jakarta,” *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, vol. 6 No 1, no. 18, p. 79, 2018.
- [51] Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8), Semarang: Universitas Diponegoro, 2016.
- [52] D. D. K. Sawlani, Keputusan Pembelian Online Kualitas Website, Keamanan dan Kepercayaan, Surabaya: Scopindo Media Pusataka, 2021.
- [53] KataData.co.id, “Riset KIC, Perempuan Lebih Sering Belanja di E-Commerce Ketimbang Pria,” *digital*, 2020.
- [54] M. T. L. Asrizal Efendy Nasution, “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen,” *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia, Volume I*, vol. 1, p. 9, 2018.