

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina , L., & Kurniawan , F. (2018 ). Sistem Reputasi Penjual dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian di Platform C2C E-commerce . *Jurnal Komunikasi Indonesia*,1-17.
- Agustiningrum, D., & Andjarwati, A. L. (2021). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen , Volume 9* (Nomor 3), 1-11.
- Annisa, R. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Institusi Respository*, 1-26.
- Ardiana, P. C. (2018). Pengaruh Harga, Promisi, Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shoppe. *Jurnal manajemen*, 1-60.
- Auliya , Z. F., & Nur Lita , A. M. (2019). Pengaruh Review Online, Kepercayaan pada web, keamanan bertransaksi online, dan privasi terhadap niat pembelian ulang padatoko online lazada . *Jurnal EBBANK* , 1-12.
- Danuri, M. (2019, September). Perkembangan Dan Transformasi Teknologi Digital. *INFOKAM*, 116-123.
- Dzulqarnain , I. (2019). Pengaruh Fitur Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee . *Repository Universitas Jember*, 1-100.
- Fitriani, D. (2019, Februari ). Pengaruh Gender Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online (Studi Kasus Terhadap Masyarakat Pontianak). *Creative Communication and Innovative Technology Journal, Vol. 12*(No.1), 99-107.
- Gozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (8th ed.)*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ibrahim , M. B., Sari , F. P., Kharisma, L. P., Kertati, I., Artawan, P., Sudipa, G. I., . . . Lolang, E. (2023). *Metode penelitian erbagai bidang keilmuan* . Jambi: PY. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shoppe di Mojokerto. *Jurnal Manajemen*.
- istanti , F. (2017). Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan Berbelanja Dan E-Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online Di Kota Surabaya. *Jurnal Bisnis & Teknologi Politeknik NSC Surabaya*, 1-22.
- Jusuf , D. I. (2018 ). *Perilaku Konsumen Di Masa Bisnis Online* . Yogyakarta : Penerbit ANDI.
- Kholid, F. I., & Soemarso , E. D. (2018). Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah Dan Kebermanfaatan Terhadap Minat

- Menggunakan E-Banking Pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang. *Jurnal SainsEkonomi dan Perbankan Syariah*, 1-57.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen pemasaran*. (A. Maulana , W. Hardani, Penyunt., & B.Sabran, Penerj.) Jakarta: Erlangga.
- Lailya , N. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia. *IQTISHADequity, Vol.2*(No. 2), 1-20.
- Lestari , N. A., & Iriani , S. S. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Mataharimall.Com. *Jurnal Ilmu Manajemen, Vol. 6*(No. 1).
- Lisdiana , N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Secara Online Di Online Shop Lazada. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 12.
- Mulyana , S. (2021). ). Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee Di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing, Vol. 8*(No. 2), 185-195.
- Munawaroh, H. N. (2020). Pengaruh Promosi, Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui E-Commerce Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Santri Pondok Pesantren Al Barokah). *Institut Agama Islam (IAIN)*, 12-40.
- Mutiara , & Wibowo , I. (2020). PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana* , 1-20.
- Napitupulu , M. H., & Supriyono. (2023 ). Pengaruh Keamanan dan kepercayaan terhadap keputusan Pembelian Pada E- commerce di surabaya . *Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Bisnis Syariah* , 1-13.
- Pratama , A. B., & Suputra , D. G. (2019 ). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *Jurnal Akuntansi* , 927-953.
- Puanda, F., & Rahmidani, R. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Aplikasi Shopee. *Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, Indonesia*, 367-379.
- Radiansyah, E. (2022). Peran Digitalisasi Terhadap Kewirausahaan Digital: Tinjauan literatur dan Arah Penelitian Masa Depan. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI, Vol. 9*(No.2), 828-837.
- Romadloniyah , A. L., & Prayitno, D. H. (2018). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Penggunaan Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan E-Money Pada Bank BRI Lamongan* (Vol. 3). Lamongan: Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Islam Lamongan. Diambil kembali dari <https://core.ac.uk/download/pdf/294835828.pdf>

- Rumondang , A., Sudirman , A., Sitorus , S., Kusuma, A. H., Manhutu , M., Simarmata , J., . . . Arif , N. F. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen* . Medan : Yayasan KitaMenulis .
- Sakti Riana, S. &. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA*, 184.
- Sandora, M. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Secara Online. *Eko Dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 290-310.
- Sari Permata, A. R. (2020). *Kepercayaan Pelanggan Di Antara Hubungan Citra Perusahaan Dan Kewajaran Harga Dengan Loyalitas Pelanggan Mapemall.Com*. Jawa Tengah:Penerbit Lakeisha.
- Sari, N. E., & Oswari, T. (2020). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Pada Toko Online Tokopedia. *Creative Research Management Journal*, 280 -320.
- Sastika, W. (2018). ). Analisis Kualitas Layanan Dengan Menggunakan E-Service Quality Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shopee (Studi Kasus : Pelanggan Shopee Di Kota Bandung 2017). *IKRAITH-HUMANIORA*, 69-100.
- Septiani, I. T., & Widayatsari, A. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Produk Fashion Sophie Paris Di Kota Pekanbaru. *JURNAL TEPAK MANAJEMEN BISNIS*, 285-299.
- Siregar , S. (2017). *Metode penelitian kuantitatif : Dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & SPSS*. Jakarta : Kencana.
- Sitompul , S., & Mastono. (2017). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Lazada.Co.Id Pada Mahasiswa STIE Pelita Indonesia. *PROCURATIO*, 1-20.
- Sopannah , A. (2021). *Bunga rampai ekonomi dan bisnis : isu kontemporer ekonomi dan bisnis*. Surabaya : Scopindo Media Pustaka .
- Sudjatmika, F. V. (2017). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.Com. *Agora*, 220-350.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suleman , D., Zuniarti , I., & Sabil. (2017). Keputusan Konsumen Berbelanja Produk Fashion Di Indonesia: Pengaruh Sikap, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kegunaan, dan Kepercayaan. *Management Dynamics in the Knowledge Economy*, 2-14.
- Surahman, S. S. (2014). *Metodologi Penelitian*. Jakarta Timur: CV Transinfp Media.

Suyonto, D. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta:CAPS.

Wibowo, F. T. (2022). (Studi Kasus Pada Brand Manly Cloth Di Kota Sukoharjo). *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*, 766-775.

Widi , R. K. (2018). *Menggelorakan penelitian; pengenalan dan penuntun pelaksanaan penelitian*. yogyakarta : Deepublish.

Yuliawan , E., Siagian , H., & Willis, L. (2018). Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada OnlineShop Zalora Indonesia(Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan). *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 1-16.



# UNIVERSITAS MIKROSKIL