

DAFTAR PUSTAKA

- [1] N. I. Purnama and L. P. Putri, "Analisis Penggunaan E-Commerce di Masa Pandemi," *Seminar Nasional Teknologi Edukasi dan Humaniora*, vol. 1, no. 1, pp. 553-558, 2021.
- [2] M. and I. Wibowo, "Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian," *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, vol. 8, no. 2, pp. 10-20, Mei-Agustus 2020.
- [3] R. Chaidir, "Survei Snapcart Tempatkan Shopee Peringkat Satu E-Commerce," Banten, 22 Oktober 2021. [Online]. Available: <https://banten.antaraneews.com/berita/190537/survei-snapcart-tempatkan-shopee-peringkat-satu-e-commerce>.
- [4] A. Zuhri, "Performa E-Commerce : Shopee, Si Paling Laris Tahun Ini," TrenAsia, 6 September 2021. [Online]. Available: <https://www.trenasia.com/performa-e-commerce-shopee-si-paling-laris-tahun-ini>.
- [5] A. B. Tantra, "Shopee," Wikipedia, 14 Juli 2021. [Online]. Available: <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Shopee#:~:text=5%20Referensi,Sejarah,toko%20daring%20untuk%20brand%20ternama>.
- [6] D. T. Sulistyawati and N. , "Pengaruh Harga, Kualitas Informasi dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui E-Commerce (studi empiris pada Konsumen E-commerce di Kota Surakarta)," *Seminar Bisnis Magister Manajemen (SAMBIS)*, pp. 160-178, 2019.
- [7] S. L. Nasution, C. H. Limbong and D. A. 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)," *Jurnal ECOBISMA*, vol. 7, no. 1, pp. 43-53, 2020.

- [8] R. Ernawati, A. B. Dwi and J. G. Argo, "Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta," *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, vol. 4, no. 2, pp. 200-218, Oktober 2021.
- [9] R. N. Anwar and R. Aprillia, "Pengaruh Kepercayaan dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Fashion Muslim Hijup di Jakarta," *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, vol. 6, no. 1, pp. 75-85, Januari 2018.
- [10] N. I. Sahara and F. A. Prakoso, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada (Studi di Wilayah Jakarta Selatan)," *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA)*, vol. 1, no. 1, pp. 2-11, Desember 2020.
- [11] H. Rahmadi and D. Malik, "Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Tokopedia.com di Jakarta Pusat," *Jurnal Ilmiah Untuk Mewujudkan Masyarakat Madani*, vol. 3, no. 1, pp. 126-145, Maret 2016.
- [12] D. and S. Wardaya, *Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*, Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2016.
- [13] B. *Manajemen Pemasaran*, Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2021.
- [14] R. M. D. H. Saputra, D. W. Purba, M. Iswahyudi, A. R. Banjarnahor, A. H. P. Kusuma, F. Effendy, O. K. Sulaiman and J. Simarmata, *E-Commerce : Implementasi, Strategi dan Inovasinya*, Yayasan Kita Menulis, 2019.
- [15] R. R. Rerung, *E-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.
- [16] I. M. S. S. Mahardhika, I. B. U. Putra and I. M. S. Amerta, *Solusi Dalam Memilih Perguruan Tinggi*, Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021.
- [17] N. L. Hidayati, "Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Surabaya," *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, vol. 6, no. 3, pp. 77-84, 2018.

- [18] E. Setijani, P. Sugito and S. , *Manajemen Bisnis Three Pillars of Business Approach*, Malang: Media Nusa Creative, 2019.
- [19] A. Qanita, *Islamic Economics Vs Global Pandemic*, Guepedia, 2021.
- [20] F. M. Mewoh, J. R. E. Tampi and D. D. S. Mukuan, "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian pada Matahari Department Store Manado Town Square," *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. 9, no. 1, pp. 35-42, 2019.
- [21] M. Astuti and N. Matondang, *Manajemen Pemasaran : UMKM Dan Digital Sosial Media*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020.
- [22] W. Moko, A. Basuki and Y. Risanto, *Manajemen Kinerja : Teori dan Praktik*, Malang: UB Press, 2021.
- [23] A. Mursidi, Z. R. Setyowati, F. Wulandari, M. H. Susanto, K. and S. , *Buku Ajar Pengantar Kewirausahaan*, Klaten: Lakeisha, 2020.
- [24] H. Ofela and S. Agustin, "Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kebab Kingabi," *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, vol. 5, no. 1, pp. 1-15, Januari 2016.
- [25] M. Astuti , S. R. Sembiring, N. E. M. S. Y. J. G. Argo, L. B. Prayogo, M. N. Ariani and A. S. Manggabarani, *Book Chapter : Keunggulan Kompetitif UMKM Naik Kelas*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2021.
- [26] B. S. A. Sejati and Y. , "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks," *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, vol. 5, no. 3, pp. 2-19, Maret 2016.
- [27] S. M. Simanjuntak, A. Sudarso, E. G. S. Sahir, D. M. Buana, R. C. P. Ningtyas, H. and Y. E. Muliatie, *Pemasaran : Dasar dan Konsep*, Yayasan Kita Menulis, 2021.
- [28] D. Fatihudin and M. A. Firmansyah, *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019.
- [29] C. D. Manik and E. , "Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Panel Listrik pada PT. Cakra Raya Teknologi di Tangerang Kota," *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, vol. 1, no. 1, pp. 110-126, Oktober 2017.

- [30] D. Kumala, D. Sunarsi and S. S. E. Hasan, Pengantar Bisnis, Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN), 2022.
- [31] S. Amilia and M. O. A. Nst, "Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa," *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, vol. 6, no. 1, pp. 660-669, Mei 2017.
- [32] I. Z. Hidayat and A. Jariah, "Analisis Pengaruh Kepercayaan, Iklan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian di Situs Shopee di Kota Lumajang," *Progress Conference*, vol. 2, pp. 557-563, Juli 2019.
- [33] J. and M. , "Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Barang Secara Online," *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, vol. 9, no. 1, pp. 85-94, Juni 2020.
- [34] D. Novita and S. Wulandari, "Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi (Participation) Pelanggan Wulan Rent Car," *Journal of Applied Business and Economics (JABE)*, vol. 6, no. 3, pp. 259-273, 2020.
- [35] D. P. Lestari and R. K. Murtiyanto, "Pengaruh Kepercayaan dan Keanekaragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-Commerce B to C Platform JD.ID," *Jurnal Aplikasi Bisnis*, vol. 6, no. 1, pp. 161-164, 2020.
- [36] H. F. Nasution, "Pengaruh Kemudahan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Secara Online (Studi Kasus Mahasiswa Belanja Online pada FEBI IAIN Padangsidimpuan)," *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, vol. 4, no. 1, pp. 26-39, 2018.
- [37] R. S. Melati and R. Dwijayanti, "Pengaruh Harga dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone pada Marketplace Shopee (Studi pada Mahasiswa Surabaya)," *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, vol. 8, no. 2, pp. 882-888, 2020.
- [38] R. B. R. P. Pradwita, Y. Handoko and I. K. Rachmawati, "Pengaruh Kepercayaan Kemudahan dan Kualitas Informasi pada Website www.laroslaptop.com Terhadap Keputusan Pembelian Online," *e-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, vol. 8, no. 2, pp. 212-220, 2020.

- [39] L. P. Supu, B. Lumanauw and j. G. Poluan, "Pengaruh Harga Produk, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Smartphone Samsung di Manado," *Jurnal EMBA*, vol. 9, no. 3, pp. 919-928, 2021.
- [40] D. Gunawan, A. D. Pratiwi, Y. Arfah and B. Hartanto, *Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing*, Padangsidimpuan: PT Inovasi Pratama Internasional, 2022.
- [41] Y. Arfah, *Keputusan Pembelian Produk*, Padangsidimpuan: PT Inovasi Pratama Internasional, 2022.
- [42] S. A. Mundzir, N. Y, A. Trisavinaningdiah, T. R. Djaya, T. E. Ardiansyah, N. Purwaningsih, S. I. Angmalisang, S. V. Riorini, E. Wiliana, G. S. Depari, A. Ekopriyono, M. N. S. Pujiastuti and E. Rahajeng, *Manajemen Pemasaran : Saat Ini dan Masa Depan*, Cirebon: Penerbit Insania, 2021.
- [43] A. E. Nasution, L. P. Putri and M. T. Lesmana, "Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 212 Mart di Kota Medan," *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, vol. 1, no. 1, pp. 194-199, Oktober 2019.
- [44] M. Darwin, M. R. M. S. A. Sormin, Y. Nurhayati, H. Tambunan, D. Sylvia, I. M. D. M. Andyana, B. Prasetyo, P. Vianitati and A. A. Gebang, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*, Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2021.
- [45] A. M. Yusuf, *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*, Jakarta: Kencana, 2014.
- [46] S. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung: Alfabeta, 2013.
- [47] H. M. S. Priadana and D. Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Tangerang: Pascal Books, 2021.
- [48] H. Ghodang, *Path Analysis (Analisis Jalur) Konsep & Praktik dalam Penelitian*, Medan: PT. Penerbit Mitra Grup, 2020.
- [49] M. B. Gainau, *Pengantar Metode Penelitian*, Yogyakarta: PT Kanisius, 2016.
- [50] E. Sudarmanto, Y. I. Rahmawati, K. F. H. A. Prasetio, A. F. Umara, A. Susiati, J. H. Harizahayu, J. K. Harianja, E. P. R. A. N. C. Saputro, A. K. S. Purba, A. J.

W. Sitopu, H. Subakti and S. Panggabean, Metode Riset Kuantitatif dan Kualitatif, Yayasan Kita Menulis, 2022.

[51] M. Yusuf and L. Daris, Analisis Data Penelitian Teori & Aplikasi dalam Bidang Perikanan, Bogor: IPB Press, 2018.

[52] I. Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.

[53] P. R. Sihombing, Aplikasi SPSS untuk Statistik Pemula, PT Dewangga Energi Internasional, 2022.

[54] C. D. Manik and E. , "Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Panel Listrik pada PT.Cakra Raya Teknologi di Tangerang Kota," *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, vol. 1, no. 1, pp. 110-126, 2017.



UNIVERSITAS
MIKROSKIL