

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, T. (2024). Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi Tokopedia Pada Masyarakat Lingkungan III Kelurahan Pulau Simardan Kota Tanjung Balai. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 8(5), 8-9
- Agustina, R. M. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific pada Mahasiswa/I Di Kota Medan. *Jurnal Manajemen*. 24(1), 11-29
- Alimin, E. A. (2022). *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern)*. Mataram : Seval Literindo Kreasi.
- Anandita, D. S. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi akan Risiko terhadap Keputusan Pembelian melalui Situs Jejaring sosial. Universitas Slamet Riyadi Surakarta. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. 15(2), 15-16
- Anang, D. a. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Surabaya : Deepublish.
- Andini, W. &. (2019). Faktor-faktor yang Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* pada Mahasiswa Universitas Gunadharma. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 19 (1).
- Angipora, M. P. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran*. Surabaya : PT RajaGrafindo Persada.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Tebing Tinggi : PT Inovasi Pratama Internasional.
- Badir, M. &. (2020). The Effect of E-WOM, Ease of Use and Trust on Purchase Decisions (Study on Tokopedia Application Users). *Jurnal Minds : Manajemen Ide dan Inspirasi*. 7(1).
- Daiman, Y. &. (2023). Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna E-commerce Tokopedia. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 6(1).
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linear Sederhana, Regresi Linear Berganda, uji-t, uji F, R2)*. Bogor : Guepedia.
- Davis. (2019). *Perceive Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance Of Information Technology*. MIS Quartely Vol 13.
- Dewi. (2019). Peran Struktur Modal dalam Memediasi Pengaruh Strategi Diversifikasi, Kepemilikan Institusional dan Kebijakan Dividen terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Manajemen Keuangan*, Vol 2.
- Etta, M. S. (2019). *Prilaku Konsumen*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Faihaputri, S. &. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Dan Kemudahan Pengguna Aplikasi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus di E-commerce JD.ID). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(2), 2-3
- Farida, e. a. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Deepublish.
- Farizatul. (2021). Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan dan Keakuratan Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah. (Studi Kasus Di Bank Muamalat Indonesia KC Kediri). *Jurnal Perbankan*, 4(1).

- Firmnsyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek : Planning dan Strategy*. Surabaya : Qiara Media.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM Spss 23*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- _____, I. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- _____, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Ginting, S. T. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Online Tokopedia pada Masyarakat Kota Medan. *Jurnal Seminar Nasional PSSH*, Vol 1, 6-4
- Harjono. (2019). Literasi Digital : Prospek dan Implikasinya dalam Pembelajaran Bahasa. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 8(1).
- Herlina. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kusioner Menggunakan SPSS*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Hernandez. (2019). The Impact Of Self-Efficacy, Ease Of Use And Usefulness On E-Purchasing : an Analysis of Experienced E-Shoppers. *Journal Interacting with Computers*, Vol 21.
- Hurriyati, R. (2019). *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen*. Bandung : Alfabeta.
- Indasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya : Unitomo Pass.
- Indrawati, A. E. (2019). Pengaruh Lokasi, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menggunakan Ojek Online. *Jurnal Bisnis Terap*, 2(2).
- Juliandi, A. I. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Medan : Umsu Press.
- Keller, P. K. (2019). *Marketing Management*. Boston, London : Pearson Education Limited.
- Kotler, P. A. (2019). *Marketing Management*, (15th Edition). England : Pearson Prentice Hall.
- Krishnawan, K. I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan Berbelanja, Kepercayaan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Jurnal Manajemen*, 6(1)
- Laksana, M. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Depok : Khlifah Mediatama.
- Lubis, Z. (2021). *Statistika Terapan untuk Ilmu-ilmu Sosial dan Ekonomi*. Yogyakarta : Andi.
- Malau. (2019). *Kepuasan Konsumen Studi terhadap Word of Mouth, Kualitas Layanan dan Citra Merek (Pertama)*. Banten : Bintang Sembilan Visitama.
- Mangkunegara, A. A. (2019). *Prilaku Konsumen*. Bandung : Refika Aditama.
- Matondang, A. &. (2020). *Manajemen Pemasaran UMKM dan Digital Social Media*. Sleman : Deepublish.
- Murwanti, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Minat Beli Ulang Jasa Service Motor Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Perkembangan Konsep dan Riset E-Business*. 24(5).
- Musafar, T. (2021). *Manajemen Produk dan Merek*. Bandung : Media Sains Indonesia.
- Mutiara, M. &. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*. 8(2).

- Nugraha, B. (2022). *Pengembangan Uji Statistik : Implementasi Metode Regresi Linear Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*. Sukoharjo : Pradina Pustaka.
- Pratama. (2019). *E-Commerce, E-Business and mobile Commerce*. Bandung : Informatika.
- Priansa, D. J. (2019). *Perencanaan & Pengembangan SDM*. Bandung : Alfabeta.
- Purwanto. (2022). *Konsep Dasar Penelitian Kualitatif*. Lombok : Insan Cendekia Indonesia.
- Putri, C. A. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kecantikan Wardah. *Jurnal of Management and Social Sciences*. 1(3).
- Rachmawati. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Hijab di Nadiraa Hijab Yogyakarta. *Jurnal Cakrawangsa Bisnis Stim Ykpn*. 1(2).
- Rahman. (2017). Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Minat Menggunakan Situs Jual Beli *Online* . (Studi Kasus Pada Pengguna Situs Jual Beli "Z"). *Jurnal Administaris*. 7(12).
- Raja, O. R. (2022). Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Konsumen Menggunakan E-Commerce terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pengguna Shopee di Kota Medan). *Journal of Social Research*. 1(9), 1070.
- Raymond, S. &. (2019). *Marketplace*. In S. Kusumaningsih, *Buku Panduan Marketplace*. Surabaya : Global Aksara Pres.
- Satriadi. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta : Erlangga.
- Schiffman, K. (2019). *Prilaku Konsumen, edisi kedua*. Jakarta : PT Indeks Gramedia Pustaka Utama.
- Siagian, H. (2019). Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Zalora Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. 12(1), 34-39.
- Sinaga, D. Y. (2018). Pengaruh Kepercayaan Produk dan Ketersediaan Produk terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Mie Sedaap di Kota Batam. *Jurnal Manajemen Akuntansi*.
- Sinuingga, S. (2021). *Metode Penelitian*. USU Press.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Online Shop Mikaylaku dengan Minat Beli sebagai Variabel *Intervening*. *Jurnal Mandiri Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknol*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Surliana. (2020). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shopee.CO.ID. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. 7(3).
- Tanjaya, S. C. (2019). Pengaruh Kualitas Informasi, Kepercayaan dan Kemudahan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Vape di Instagram. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. 7(4), 4937-4939.

- Tholok, M. A. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* pada Situs Jual Beli Tokopedia . (Studi Kasus Wilayah Tangerang). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 17(3).
- Tjiptono, F. &. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- _____. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- _____. (2020). *Strategi Pemasaran : Prinsip dan penerapan*. Yogyakarta : Andi.
- Turban, E. D. (2019). *Electronic Commerce Managerial perspective Global. Electronic Commerce Managerial perspective Global*. London : Prentice Hell.
- Waluyo. (2021). *Pengantar Komunikasi Pemasaran Digital*. Malang : Madza Media.
- Widyastuti, I. T. (2019). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Belanja Online . (studi pada pengguna Tokopedia). *Jurnal Ilmu Manajemen*. 7(2), 479-480
- Wijoyo. (2021). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.



UNIVERSITAS
MIKROSKIL