

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Tantri, Francis. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Agustini, Aprillia. (2017). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli Di Online Shop Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2012*. Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha Volume 9 No.1 Tahun: 2017
- Amir, Amri. et al. (2009) *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Penerapannya*. IPB Press
- Anandita dan Saputra, Dwi. (2015). *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Akan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial*. Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta
- Creswell, John. (2015). *Riset Pendidikan: Perencanaan, Pelaksanaan dan Evaluasi Riset Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Dwiastuti, Rini et al. (2012). *Ilmu Perilaku Konsumen*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press)
- Fauzan, R (2020, 24, Agustus). Pengunjung Bulanan Shopee Capai 93 Juta Orang, Geser Tokopedia. *Bisnis [Online]*. Tersedia: <https://www.google.com/amp/s/m.bisnis.com/amp/read/20200824/12/12/82601/pengunjung-bulanan-shopee-capai-93-juta-orang-geser-tokopedia> [07 Februari 2021]
- Harahap, Ansari Dedy. (2018). Perilaku Belanja Online di Indonesia: Studi Kasus. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) | Vol 9, No. 2, 2018*
- Ilmiyah, K. dan Krishernawan, I. (2020). *Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto*. Jurnal Manajemen: Volume 6 Nomor 1, Juni 2020, (Hlm 31-42)
- Kadir, Abdul. (2014). *Pengenalan Sistem Informasi Edisi Revisi*. Yogyakarta: Andi Offset
- Lestari, W.P. Hidayati, N dan Rizal, M. (2019). *Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Keamanan, dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi pada Pengguna Lazada.co.id)*. E-Jurnal Riset Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma
- Mulyadi, Agustinus. (2018). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Online Lazada*. Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan Tahun XV No 2
- Naomi, P. E, Ridwan Baraba, S.E., M.M, Murry Harmawan Saputra, S.E., M.Sc. (2015). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Berbelanja Secara Online*. Jurnal Universitas Muhammadiyah Purworejo

- Nasution, S. L. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee*. Jurnal Ecobisma: Vol. 7 No.1
- Nawang Sari, Sri dan Karmayanti, Yelsi. (2018). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Media Sosial Instagram*. Pangkalpinang: STMIK Atma Luhur
- Premananto, Candra Gancar. (2007). *Progress Dalam Model Pengambilan Keputusan Konsumen*. Majalah Ekonomi: Tahun XVII, No.3 Desember 2007
- Priyatno, Duwi. (2017). *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Andi
- Rachmawati, K. I. (2019). *Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Pelanggan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online*. Fakultas Teknologi Informasi – UNMER Malang
- Rafidah, Inas. (2017). *Analisis Keamanan Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Lazada*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen: Volume 6, Nomor 2, Februari 2017
- Rahayu, Homami et al. (2020). *Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan Penggunaan, Dan Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Shopee*. Bima Journal
- Ramadhani, M. Dwi dan Maskur, A. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan, Kualitas Layanan Websiteshopee Terhadap Keputusan Pembelian Online*. Jurnal Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Unisbank Semarang: Proceeding SENDIU 2020
- Setyarko, Yugi. (2016). *Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online*. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Budi Luhur Jakarta: Vol. 5 No. 2 Oktober 2016
- Solihin, Dede. (2020). *Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang: Jurnal. Mandiri., Vol. 4, No. 1, Juni 2020 (38 - 51)
- Sudaryo, Yoyo et al. (2020). *Metode Penelitian Survei Online dengan Google Forms*. Yogyakarta: ANDI OFFSET
- Sudjatmika, F. V. (2017). *Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia.com*. Surabaya: AGORA Vol. 5, No. 1.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sulianta, Feri. (2012). *Smart Online Marketer*. Yogyakarta: Andi Offset
- Sulistiyono, T.S. (2017, 20, September). Presiden Jokowi: Ada Pergeseran Perdagangan dari Offline ke Online. *Tribunnews [Online]*. Tersedia: <https://www.google.com/amp/s/m.tribunnews.com/amp/bisnis/2017/09/20/presiden-jokowi-ada-pergeseran-perdagangan-dari-offline-ke-online> [11 Februari 2021]

- Taan, Hapsawati. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Berbelanja*. Yogyakarta: Zahir publishing
- Wahid, H.S. (2020, 7, Agustus). Produk Terlaris Shopee 2020, Apa Saja. *Hukumline* [Online]. Tersedia: <https://www.google.com/amp/s/hukumline.com/produk-terlaris-shopee-2020-apa-saja/> [11 Februari 2021]
- Widjojo, Handyanto. et al. (2018). *Sari-sari Pemasaran & Aplikasinya di Dunia Bisnis*. Jakarta: Prasetya Mulya Publishing.

