

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiningrum, D., & Anik Lestari Andjarwati. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace. In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 9).
- Alfiatun, N. N., & Adji, H. W. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan Digital Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee Food Di Kota Bandung* (Vol. 4).
- Alviano Rafsanjani, H., & Nurtantiono, A. (2024). Marketplace Tokopedia (Studi Kasus Seller Tokopedia). In *Jurnal Ekobis Dewantara* (Vol. 7, Issue 1).
- Amelia Eva, & Nur Rokhman. (2022). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Kepercayaan Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada E-Commerce Shopee. *Cakrawangsa Bisnis*, 3(1), 23–34. [Http://Journal.Stimykpn.Ac.Id/Index.Php/Cb](http://Journal.Stimykpn.Ac.Id/Index.Php/Cb)
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021b). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado The Influence Of Brand Image, Promotion And Service Quality On Consumer Purchase Decisions On Tokopedia E-Commerce In Manado City. *663 Jurnal Emba*, 9(2), 663–674.
- Aprilia Niken, & Tukidi. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Senayan City. In *Jurnal Manajemen Universitas Satya Negara Indonesia* (Vol. 6).
- Apriyanto, R., & Apriyanti. (2023). *Pengaruh Kepercayaan, Citra Perusahaan, Kemudahan Transaksi, Kemudahan Penggunaan, Dan Promosi Terhadap Minat Beli E-Commerce Lazada Di Kota Madiun (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Pgri Madiun)*.
- Arasu, R., & Viswanathan, A. (2011). Pengaruh Faktor Keamanan, Pembelian Pengetahuan Ti, Kualitas Layanan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Melalui Situs Jejaring Sosial.
- Arif Agung Saputro, Nur Hidayati, & Mohammad Rizal. (2016). *Pengaruh Celebrity Endorsement, Testimoni, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Bilibli.Com*. 168–181.
- Atika Rachman, N., & Ronny. (2024). *The Impact Of Service Quality, Brand Awareness, And Brand Image On Purchasing Decisions At Tokopedia In The Millennial Generation In Surabaya* (Vol. 25, Issue 1).
- Aulia, T., Ahluwalia, L., & Puji, K. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Di Bandar Lampung. In *Smart: Strategy Of Management And Accounting Through Research And Technology* (Issue 2).
- Davis, F. D., 1989, Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology, *Mis Quarterly*, 13/3: 319-339.

- Davis, Fred D. (2015). Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology. *Jurnal Management Information System*. Vol. 13, No.3.
- Darmansah, A., & Yosepha, Y. A. D. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurja*, 1(1), 15–30.
- Devi, R. C. A. D., & Indiani, P. L. (2023). Pengaruh E-Service Quality, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Lazada Di Era Covid-19. *J-Esa Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(1), 53–67. <https://ejournal.iainmbima.ac.id/index.php/jesa/index>
- Dwijantoro, R., Dwi, B., & Syarief, N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 63. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.162.392>
- Faradila, S. M., Kusnadi, E., & Soeliha, S. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo Dengan Minat Beli Produk Fashion Muslim Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (Jme) Feb Unars*, 1(2), 256–271.
- Fathimah Febrianah, & Sukaris. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan Transaksi Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekobistek*, 309–315. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i4.391>
- Fiqah Nazar, & Yusuf Suhardi. (2020). *The Effect Of Price Perception, Easy And Security On Online Purchase Decisions In Tokopedia (Case Study On Customer Auto Service Pt. Br Kontak Digital Facts)*.
- Fitri, Y. S., & Susanti, F. (2023). Harga, Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Aplikasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee (Studi Pada Mahasiswa Stkip Dan Stie Widayawara Indonesia Solok Selatan). 1(2), 140–159.
- Fransiska, I., & Madiawati, P. N. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee Di Bandung. *Jurnal Sekretaris & Administrasi Bisnis (Jsab)*, 6(1), 35. <https://doi.org/10.31104/jsab.v6i1.271>
- Habib Fajar Aditya, & Rayhan Gunaningrat. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Kemudahan Penggunaan Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee. *Glory (Global Leadership Organizational Research In Management)*, 2(1), 189–200.
- Hafidah Hanum, & Gunarso Wiwoho. (2023). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Penggunaan, Dan Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Pengguna Shopee Di Kabupaten Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(5), 465–480. <https://jurnal.universitaspurabangsa.ac.id/index.php/jimmba/index>

- Hakim, N. S., & Rachmawati, E. (2024). *Pengaruh Keamanan Dan Risiko Kinerja Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Marketplace Tokopedia (Studi Pada Mahasiswa Universitas Sangga Buana Ypkp Bandung)*. [Http://Jurnal.Usbypkp.Ac.Id/Index.Php/Jemper](http://Jurnal.Usbypkp.Ac.Id/Index.Php/Jemper)
- Hana Zahra Salsabila, Susanto, & Lusya Tria Hatmanti Hutami. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee. *Jimkes Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 87–96.
- Hanum, H., & Wiwoho, G. (2023). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Penggunaan, Dan Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Pengguna Shopee Di Kabupaten Kebumen). *Jimmba Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(4), 465–480. [Https://Jurnal.Universitasputrabangsa.Ac.Id/Index.Php/Jimmba/Index](https://Jurnal.Universitasputrabangsa.Ac.Id/Index.Php/Jimmba/Index)
- I Ketut Swarjana, S. K. M. , M. P. H. , Dr. P. (2022). *Populasi-Sampel, Teknik Sampling & Bias Dalam Penelitian* (Risanto Erang, Ed.; 1st Ed.). Andi.
- Iqbal, M., & Yoestini. (2023). Pengaruh Promosi, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Online Marketplace (Studi Pada Konsumen Tokopedia Di Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journal Of Management*, 12(4), 1–13. [Http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/Dbr](http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/Dbr)
- Jamil, W., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Keamanan Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Lazada. *J-Mas (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 746. [Https://Doi.Org/10.33087/Jmas.V7i2.616](https://Doi.Org/10.33087/Jmas.V7i2.616)
- Jilhansyah, A., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado. *663 Jurnal Emba*, 9(2), 663–674.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles Of Marketing*, 16th Edition. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition. Harlow: Pearson Education Limited.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2004). *E Commerce: Business, Technology, Society* (2nd Ed). Upper Saddle River, N.J: Prentice Hall.
- Laudon, Kenneth C And Carol Travel Guercio. 2015. *E-Commerce: Business, Technology, Society*. Usa: Prentice Hall.
- Lisdiana, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Secara Online Di Online Shop Lazada. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 4(2), 1356–1367.
- Mbete, G. S., & Tanamal, R. (2020). Effect Of Easiness, Service Quality, Price, Trust Of Quality Of Information, And Brand Image Of Consumer Purchase Decision On Shopee Online Purchase. *Jurnal Informatika Universitas* [Https://Doi.Org/10.32493/Informatika.V5i2.4946](https://Doi.Org/10.32493/Informatika.V5i2.4946)

- Mufarrohah, L. L. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Pengguna Situs Lazada Mahasiswa Kecamatan Lowokwaru Kelurahan Merjosari).
- Marpuah, E., & Basar Maringan Hutauruk. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Blibli (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa). *Jemsi (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(4), 1205–1215. <https://doi.org/10.35870/Jemsi.V9i4.1244>
- Mita, Pranatasari, D. P., & Kristia. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan, Dan Ulasan Konsumen Daring Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Inobis: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 548–557.
- Mulfachrizza, Bachri, N., & Biby, S. (2021). Keputusan Konsumen Memiliki Kartu Kredit Bank Bri Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderating (Vol. 6, Issue 1). <http://ojs.unimal.ac.id/index.php/jmind>
- Nasution, S. A., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Promosi, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee Di Kota Batam. *Seiko : Journal Of Management & Business*, 6(2), 247–258.
- Nawangsari, S. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Tokopedia.Com). 4(3), 385–394.
- Nuning Nurna Dewi, & Nina Ps. (2019). Pengaruh Kemudahan, Keamanan Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian secara Onlinemenggunakan Aplikasi Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo). <http://ekomaks.unmermadiun.ac.id/index.php/ekomaks>
- Pitri Nainggolan, N., Purba, T., & Heryenzus. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Atribut Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia (Vol. 11).
- Prasetyani Ikhtiyar, & Wahyuningsih Tri Harsini. (2019). Pengaruh Sumber Informasi, Keamanan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. In *Efektif Jurnal Bisnis Dan Ekonomi* (Vol. 10, Issue 2). www.cnnindonesia.com
- Primaputra, Z. R., & Sudaryanto, B. (2023). Analisis Pengaruh Citra Merek, Promosi, Kepercayaan Konsumen, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee Food (Kasus Pada Pengguna Layanan Shopee Food Yang Berdomisili Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 12(1), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/DBR>
- Puspita, I. R., Fadillah, A., & Taqyudin, Y. (2022). Tinjauan Atas Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 2(1), 67–74. <https://doi.org/10.37641/jabkes.V2i1.1358>
- Raihan Zulfikar, M., Raharso, S., Sandya Sari Putri, I., Bisnis, A., & Negeri Bandung, P. (2024). Pengaruh Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce: Studi Pada Pengguna E-

- Commerce Tokopedia Di Garut. *Transformasi Manageria Journal Of Islamic Education Management*, 4(1), 378.
<https://doi.org/10.47476/Manageria.V4i1.6795>
- Ramadhani, A. (2018). Keamanan Informasi. *Nusantara Journal Of Information And Library Studies (N-Jils)*, 1(1), 39-51.
- Raman, A., & Annamalai, V. (2011). Web Services And E-Shopping Decisions: A Study On Malaysian E-Consumer. In 3rd International Conference On Wireless Information Networks & Business Information System (Pp. 54–60).
- Rakhmawati, A., Fazizah, A., Eko, A. A., & Ardiansyah, D. M. (2024). Pengaruh Keamanan, Persepsi Risiko, Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan T Sikap Pembelian Online Shop Pada Aplikasi Lazada. *Urnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 8(2), 149–162.
- Rusilawati, E., Angkasa, C., Purwati, A. A., & Hamzah, L. M. (2022). Online Consumer Review, Keamanan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Disitus Jual Beli Shopee. *Msej Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 3(2), 606–617.
[Http://journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej](http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej)
- Septian Dwi Cahyanto, N. Rachma, & Fahrurrozi Rahman. (N.D.). Pengaruh Price, Online Customer Review, Online Customer Rating, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Feb Universitas Islam Malang Angkatan 2020 Pengguna Platform Shopee. *E Jurnal Riset Manajemen*, 13(1), 619–626.
- Setiyaningrum, A., & Hidayat, H. (2016). Service Quality Dan Kepuasan Konsumen : Studi Empiris Dan Implikasinya Pada Toko Online. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vi(2), 247 260.
- Sinollah, & Masruro. (2019). *Pengukuran Kualitas Pelayanan (Servqual-Parasuraman) Dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan Sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Toko Mayang Collection Cabang Kepanjen)*.
- Subagyo, P., & Achmad, Z. (2010). Pemungutan Pektin Dari Kulit Dan Amapas Apel Secara Ekstraksi. *Eksergi*, 10(2), 47-51.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Sutopo, Ed.; Kedua). Alfabeta.
- Suryani, Ita. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Produk Dan Potensi Indonesia Dalam Upaya Mendukung Asean Community 2015.(Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf Ri Dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat)." *Jurnal Komunikasi* 8.2 (2014): 123-138.
- Susanti Dwi Aprilia Rizki, Fardahlia Dewi, & Poppy Indrihastuti. (2021). Kemudahan Dan Kemanfaatan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Penggunaan Sistem Pembayaran E-Money Ovo, Go-Pay, Dan Dana. *J-Macc, Journal Of Management And Accounting*, 4, 57–71.
- Thomson, P. S., & Ginting, L. (2008). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Konsumen Pada Warung Ucok Durian Iskandar Muda Medan Terhadap Keputusan Pembelian. Fe Usu.

- Tjiptono, Fandydan Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Cv. Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi.
- Wardah, Z. N. B. Z., Khalikussabir, & Rahman, F. (N.D.). Pengaruh Persepsi Resiko, Kualitas Layanan, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan 2020). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 13(1), 3823–3832. Retrieved December 25, 2024, From [Http://Riset.Unisma.Ac.Id/Index.Php/Jrm](http://Riset.Unisma.Ac.Id/Index.Php/Jrm)
- Wajong, A. M. R., & Putri, C. R. (2010). Keamanan Dalam Electronic Commerce. *Comtech: Computer, Mathematics And Engineering Applications*, 1(2), 867-874.
- Zalfaa Bilqis Nurfaihaa Zayyana Wardah, Khalikussabir, & Fahrurrozi Rahman *. (2020). Pengaruh Persepsi Resiko, Kualitas Layanan, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan 2020). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 13.