

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (A. Husnu Abadi, A.Md. (ed.); 1st ed., Issue March). Pustaka Ilmu.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harun, A., & Ayu Salmah, N. N. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Aplikasi Shopee. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(2), 114. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v17i2.4318>
- Haryani, D. S. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Tanjungpinang. *Jurnal Dimensi*, 8(2), 198–209. <https://doi.org/10.33373/dms.v8i2.2155>
- Iprice. (2022). *Daftar 50 Website & Aplikasi E-Commerce di Indonesia 2019*. Iprice Insight.
- LatihID. (2021, March). *Tokopedia vs Shopee: Pilih yang Mana? Halaman 1 - Kompasiana.com*. Kompasiana.
- Lestari, N. A., & Sri Setyo Iriani. (2018). Pengaruh kepercayaan dan kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian secara online pada situs mataharimall.com. *Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas*, 6(1), 1–8.
- Margiyatni, R., & Indriyani, S. N. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Harga Dan Tempat Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Buku Paperclip. *Jurnal Ekonomi Dan Industri*, 21(3), 72–80. <https://doi.org/10.35137/jei.v21i3.498>
- Melissa Gunawan, Evelien Alim Sompie, F. A. (2017). *terhadap keputusan pembeliannya di Airbnb. Penelitian ini menggunakan data berupa data primer dengan menyebarkan kuesioner secara*.
- Monica, S., & Saputra, A. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Maxim Di Kota Batam*.
- Mulyadi, A., Eka, D., & Nailis, W. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Online Lazada. *Jembatan*, 15(2), 87–94. <https://doi.org/10.29259/jmbt.v15i2.6656>
- Novry, N. P. N. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Seraya Makmur Perdana. *Scientia Journal : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1–14.
- Permatasari, I., Nurfarida, I. N., & Suroso, A. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Joyshop Malang. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 6(2), 1–5.
- Puspa Sari, F., & Hawignyo. (2021). the Effect of Trust and Risk Perception on Tokopedia Online Shop Purchase Decision. *Business and Accounting*, 4(2), 755–763. <https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/COSTING/article/view/1986>

- Putri, N. A. R., & Iriani, S. S. (2019). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Melalui E-Commerce Shopee. *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 8(2), 69. <https://doi.org/10.31504/komunika.v8i2.2391>
- Rahmadi, H., & Malik, D. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Tokopedia.Com Di Jakarta Pusat. *Reformasi Administrasi*, 3(1), 126–145. <https://doi.org/10.31334/v3i1.100>
- Riyono, Astono, A. D., & Novitasari, R. (2019). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Oleh Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Aka Semarang). *Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 10(2017), 61–71.
- Sanusi, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis* (6th ed.). Salemba Empat.
- Shopee. (2021). Shopee Indonesia | Jual Beli di Ponsel dan Online. In <https://Shopee.Co.Id/> (p. all).
- Shopymatic. (2021, December). *10 Kategori Produk Terlaris Shopee 2021*. Shopymatic.
- Sugiono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif dan R&D* (Sutopo (ed.); 1st ed.). ALFABETA.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif* (1st ed.). ALFABETA, cv.
- Wahyuni, S., Irawan, H., & Sofyan, E. (2017). Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Situs Online Fashion Zalora . Co . Id the Influence of Trust , Easy of Use and Quality Information on Purchase Decision on Online Fashion Site Zalora.co.id. *E-Proceeding of Management*, 4(2), 1405–1412.
- Yuliawan, E. (2018). Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualias Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Zalora Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan). *Optimal: Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 12(1), 34–49. <https://doi.org/10.33558/optimal.v12i1.1016>