

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, S. D. N., & Nuvriasari, A. (2021). Pengaruh kepercayaan, promosi, dan ulasan produk terhadap keputusan pembelian produk akomodasi di aplikasi traveloka. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 6(1), 178–193.
- Amba, V. F. T., & Sisnuhadi. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Awareness Sebagai Mediasi Pada Konsumen E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11(1).
- Azhar, M. E. (2020). Jurnal Humaniora. *Jurnal Humaniora*, 4(2), 244–255.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42.
<https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>
- Issn, P., Promosi, P., Terhadap, D. A. N. K., & Umah, U. N. (2022). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 10 No. 2 Mei 2022 E - ISSN : 2654-5837, Hal 329 – 339 *KEPUTUSAN PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL SHOPEEPAY PADA MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN BISNIS SYARIAH ANGKATAN 2018 Oleh : 10(2), 329–339.*
- Manajemen Pemasaran. (2021). *No Title* (1st ed.; Moh Suardi, ed.). Sukabumi: Samudra Biru (Anggota IKAPI).
- Mita, M., Pranatasari, F. D., & Kristia, K. (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.

<https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.204>

Nasution, H. F. (2018). PENGARUH KEMUDAHAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PAKAIAN SECARA ONLINE (Studi Kasus Mahasiswa Belanja Online Pada FEBI IAIN Padangsidempuan). *At-Tijaroh: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 4(1), 26. <https://doi.org/10.24952/tijaroh.v4i1.1082>

Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020a). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53.

<https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>

Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020b). 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). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53.

<https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>

Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah. (2020). Pengaruh Harga , Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Jbe*, 1(1), 1–10.

- Prof. Dr. Sugiyono. (2014). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R & D*. Bandung: ALFABETA.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF dan R&D* (M. . Dr. Ir. Sutopo,S.Pd, ed.). ALFABETA BANDUNG.
- Putri, G. E. (2021). Faktor-Faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Melalui E-Commerce. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana, 16*(1), 1–8. Retrieved from <https://journal.uny.ac.id/index.php/ptbb/article/view/44667>
- Simanjuntak, D. C. Y., Rivio, I., & ... (2022). Pengaruh Review Produk, Kenyamanan, Kepercayaan Konsumen dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Lazada Market Place Medan. *Management Studies and ...*, 3(June), 956–967. Retrieved from <https://journal.yrpiiku.com/index.php/msej/article/view/619%0Ahttps://journal.yrpiiku.com/index.php/msej/article/download/619/411>
- Tirtayasa, A. dan. (2019). The Influence of Leadership, Organizational Culture, and Motivation on Employee Performance. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen, 2*(1), 45–54.