

DAFTAR PUSTAKA

- Abdhul, Y. (2022). Desain Penelitian: Pengertian, Macam dan Contoh. Retrieved from deepublish website: https://penerbitbukudeepublish.com/desain-penelitian/#Macam-Macam_Desain_Penelitian
- Christina, Y. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Penjualan Pribadi terhadap Keputusan Pembelian Produk Maxtea Tarikk pada PT Sinar Mitra Usaha*. Universitas Putera Batam.
- Christina, Y., & Purba, T. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Penjualan Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Produk MaxTea Tarikk Pada PT Sinar Mitra Usaha. *Eco-Buss*, 4 No 3.
- Djohan, D. dr A. J. (2016). *Manajemen & Strategi Pembelian* (M. Dr. drg. Rosihan Adhani, S.Sos, Ed.). Malang: Media Nusa Creative.
- Firmansyah, D. M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giantari, D. D. I. G. A. K. (2021). *Niat Beli via Online : Berbasis Pengalaman, Kepercayaan dan Persepsi Kontrol Perilaku*. Bandung, Jawa Barat: Media Sains Indonesia.
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*.
- Hidayat, A. A. (2021). *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas*. Surabaya: Health Books Publishing.
- Lisdiana, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan, dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen secara Online di Online Shop Lazada. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 4, No 2.
- Mutiara, & Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v8i2.419>
- Nasikah, D., & Fuadi, S. (2022). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Manajemen*, 16 No. 1.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). 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)*. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>
- Rahayu, S. (2021). Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce Tokopedia. *MBIA*. <https://doi.org/10.33557/mbia.v20i1.1271>
- Ranti, S. (2022). Mengenal Sejarah Berdirinya Tokopedia Hingga Melantai di Bursa Efek Indonesia. Retrieved from kompas.com website: <https://tekno.kompas.com/read/2022/06/04/17150077/mengenal-sejarah->

- berdirinya-tokopedia-hingga-melantai-di-bursa-efek-indonesia?page=all
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sari, A. A. A. R. P., & Yasa, N. N. K. (2020). *Kepercayaan Pelanggan diantara Hubungan Citra Perusahaan dan Kewajaran Harga dengan Loyalitas*. Klaten, Jawa Tengah: Lakeisha.
- Sawlani, D. D. K. (2021). *Keputusan Pembelian Online : Kualitas Website, Keamanan, dan Kepercayaan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Siboro, R. M., & Suhardi. (2020). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Penggunaan Tokopedia Di Batam. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 6, no 1.
- 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 Teknologi*. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>
- Sugiyono. (2014). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan pengembangan (Research and development/R&D). *Alfabeta*.
- Susanti, R., & Rustam, T. A. (2022). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Batam Bangun Prahtama. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 8 No.1.
- Susanto, D., Fadhilah, M., & Udayana, I. B. N. (2021). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus pada Konsumen Shopee di Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 18, No 2.
- Wibowo. (2012). *Manajemen Kinerja* (3rd ed.). Jakarta: Rajawali Pers.