

DAFTAR PUSTAKA

- Alatas, A. N., Hidayatullah, D. S., Bisnis, F. E., Telkom, U., Risk, P., Use, E. O., & Pembelian, K. (2019). *Pengaruh Perceived Risk Dan Ease of Use Terhadap Kepercayaan Dan Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pengguna Situs Belanja Online Bukalapak the Effect of Perceived Risk and Ease of Use on Trust and Purchase Intention (Case Study User ' S Online Shopping S.* 6(2), 2668–2677. Retrieved from file:///C:/Users/acer/Pictures/JURNAL OKE/10286-19969-1-SM.pdf
- Alistriwahyuni, N. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan, Kemudahan Penggunaan, Dan Fitur Layanan i-Saku Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna i-Saku Di Indomaret. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 7(2), 473–478. Retrieved from file:///C:/Users/acer/Videos/Jurnal baru/SINTA 5 - 30172-Article Text-35292-1-10-20190812.pdf
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi OVO.* 1–15.
- Kristen, U., Pelanggan, M., Dan, S., Id, J. D., Kristiawan, A., Kurniawati, K., ... Bandung, M. (2021). *Pengaruh Pengalaman Berbelanja Online Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan (Segmen : Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Pelanggan Shopee Dan Jd.Id).* 8(2), 479–492. Retrieved from file:///C:/Users/acer/Videos/Jurnal baru/SINTA 4 - 35107-75740-1-PB.pdf
- Mita, M., Pranatasari, F. D., & Kristia, K. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan, dan Ulasan Konsumen Daring Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 548–557. <https://doi.org/10.31842/jurnalinoabis.v4i4.204>
- Prasetya, Y., & Suryadi. (2020). Jurnal Manajemen Diversifikasi Jurnal Manajemen Diversifikasi. *Jurnal Manajemen*, 1(1), 1–11. Retrieved from file:///C:/Users/acer/Pictures/Jurnal Oke/Jurnal Pengalaman Berbelanja Dan Kemudahan Penggunaan.pdf
- Purnamasari, R. D. A., Sasana, H., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Perceived Risk, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Paylater. *Jurnal Manajemen*, 13(3), 420–430. Retrieved from <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/Jurnalmanajemen/article/view/10130>
- Salsabila, H. Z. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat, Dan Kemudahan Penggunaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 75–84. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i1.442>
- Sugiono. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF DAN KUALITATIF Dan R&D* (1st ed.; Sutopo, ed.). Bandung: ALFABETA.

- Udayana, I., & Ramadhan, D. (2019). Pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use , dan subjective norm terhadap purchase intention melalui attitude sebagai mediasi (studi kasus pada konsumen gudang digital online Yogyakarta). *Jurnal EBBANK*, 10(2), 41–48. Retrieved from file:///C:/Users/acer/Downloads/189-630-1-PB.pdf
- Wahyuni, R., & Irfani, H. (2019). Pengaruh Lifestyle, Percieved Ease of Use dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Pakaian Online. *Psyche 165 Journal*, 12(2), 165–173. <https://doi.org/10.35134/jpsy165.v12i2.36>