

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.*
- Ardiani, E., & Sugiyanto, S. (2020). Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita Online Dengan Media Sosial Melalui Minat Beli (Studi Kasus *Jca Of Economics, 1.*
- Dewi, S. K., Siburian, P. S., & Indriastuti, H. (2017). Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil. *Jurnal Manajemen, 9*, 105–110.
- Fadhila, S., Lie, D., Wijaya, A., & Halim, F. (2020). Pengaruh Sikap Konsumen Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Market Mawar Balimbangan. *Sultanist: Jurnal Manajemen Dan Keuangan, 8(1)*, 53–60.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25* (9th Ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Girawan, B. I. R., Pardian, P., Sadeli, A. H., & Supyandi, D. (2021). Pengaruh Persepsi Konsumen Mengenai Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Buah Alpukat Mentega Secara Online (Suatu Kasus Pada Konsumen Kojama Shop). *Mimbar Agribisnis; 7(1)*, 767.
- Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat Jne Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 18(1)*, 61–72.
- Indriany, Y., Hastuti, S., & P.V, D. I. (2022). Analisis Citra Merek Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Makanan Online (Studi Kasus Pelanggan Aplikasi Go Food, Grab Food, Shopee Food) Oleh. *Jurnal Lentera Bisnis, 11*, 205–218.
- 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.
- Lia, A., & Hakiem, H. (2022). Pengaruh Persepsi Konsumen , Labelisasi Halal Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal Skincare Sr12. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bsisnis Terapan, 5(2)*, 263–273.
- Magdalena, M., & Sari, N. U. (2019). Pengaruh Citra Merek , Harga , Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Brio Di Kota Padang. *Jurnal Pundi, 03(02)*, 123–136.
- Montolalu, P., & Raintung, M. C. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Promosi, Citra Merek Dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Pengguna Tabungan Emas Pada Pt.Pegadaian (Persero) Kanwil V Manado. *Jurnal Emba, 6(3)*, 1808–1817.

- 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.
- Permana, D. I. (2017). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lantai Kayu Dan Pintu PT Piji Di Jawa Timur. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(006), 269393.
- Pranita, Y. (N.D.). *Pengaruh Citra Merek, Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Medan*.
- 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.
- Rustam, T. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Spare Part Pada Bengkel Aneka Motor Kabupaten Padang Pariaman. *Owner*, 3(2), 320.
- Safitri, L. D., Fatimah, F., & Wibowo, Y. G. (2022). Analisis Pengaruh Promosi, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1, 189–196.
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 881–890.
- Shopee. (2021). Shopee Indonesia | Jual Beli Di Ponsel Dan Online. In Sugiono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D* (Sutopo (Ed.); 1st Ed.). Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Terhadap, K., & Pembelian, K. (N.D.). *Analisis Promosi, Kesadaran Merek, Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Merek Honda Vario (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Matic Merek Honda Vario Di Kecamatan Gurah, Kabupaten Kediri) Analysis*.
- Tjiptono. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Pt Indeks.
- Warasto, H. N. (2018). Analisa Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pasta Gigi Pepsodent Di Wilayah Jakarta Timur). *Jurnal Semarak*, 1(1), 1–12.
- Yoeliastuti, Darlin, E., & Sugiyanto, E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Penjualan Online Shopee. *Jurnal Lentera Bisnis*, 10, 212–223.
- Yuliawan, E. (2018). Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualias Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Zalora Indonesia (Studi Mahasiswa STIE Mikroskil Medan). *Optimal: Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 12(1), 34–49.