

## DAFTAR PUSTAKA

- Alvina Pramuditya Miyadani, & Endang Brotojoyo. (2022). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Toko Batik Cah Ayu Surakarta.*
- Amirudin M. Amin, & Hendra. (2020). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Lazada.co.id.*
- Ana Riyanti, & Hanung Eka Atmaja. (2021). *Analisis penggunaan aplikasi bpjstku mobile dalam upaya meningkatkan kemudahan masyarakat pekerja.*
- Andri Daisy Rahmad, Endang Siti Astuti, & Riyadi. (2017). *PENGARUH KEMUDAHAN TERHADAP KEPERCAYAAN DAN PENGGUNAAN SMS BANKING.*
- Ari Anggarani Winadi Prasetyoning Tyas, & Nina Nurhasanah. (2019). *Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kemudahan Pada Situs Jual Beli Online.*
- Astiana, Mustari, Supatminingsih Tuti, Ihsan Said Muhammad, & Hasan Muhammad. (2022). *PENGARUH PROMOSI, KEMUDAHAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI SISTEM E-COMMERCE SHOPEE PADA PENGGUNA APLIKASI SHOPEE DI KECAMATAN MAMASA KABUPATEN.*
- Guntara Sangga Pijar. (2021). *PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI SERAGAM FUTSAL PADA TOKO FOKUS KONVEKSI DI PEKANBARU.*
- Hendra, & Amin. (2020). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Lazada.co.id.*
- Hendry, & Evyanyto Winda. (2022). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT GUNUNG KAWI.*
- Indrasari, M. D. (2019b). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan.* Unitomo Press.
- Kurniawan David. (2022). *PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA SHOPEE DI SURABAYA.*
- Kusumawati, Hartono, & Kustiyah. (2020). *KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGUNA DOMPET DIGITAL OVO DI SURAKARTA.*

- Kusumawati Indriyani, Hartono Sri, & Kustiyah Eny. (2020). *Kemudahan, Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Dompok Digital Ovo Di Surakarta.*
- Melinda Agustina, Fidellis Wato Tholok, & Handry. (2019). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia (Studi Kasus Wilayah Tangerang).*
- Meri Sandora. (2020). *PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BELANJA SECARA ONLINE.*
- Niken Ayu Lestari, & Sri Setyo Iriani. (2018). *PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN TRANSAKSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE PADA SITUS MATAHARIMALL.COM.*
- Nur Annisa Fitri, I., Sasrawan Mananda, & Putu Agus Wikanatha Sagita. (2020). *Pengaruh Harga, Kemudahan, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Melalui Mobile Application Garuda Indonesia.*
- Nurrachmi Intan, & Setiawan Setiawan. (2020). *Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, dan Kepuasan terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Halal.*
- Prasetio Rionardo dan Laturette Kazia. (2017). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BISNIS CHEPITO TOUR & TRAVEL. Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis, 2.*
- Raden Bagus Rendy Putra Pradwita, Yunus Handoko, & Ike Kusdyah Rachmawati. (2020). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Pada Website Wwww.Laroslaptop.Com Terhadap Keputusan Pembelian Online.*
- Rafsanjani Reza Hazmi. (2022). *PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN DAN WORD OF MOUTH TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus Pada Konsumen Lookit Barber).*
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen.* Deepublish.
- Sani Fauziyah Dinda. (2021). *PENGARUH PROMOSI, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PELANGGAN E-COMMERCE SHOPEE DI KOTA PADANGSIDIMPUAN.*
- Saputri, C. N., & Rivai, A. R. (2022). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Sikap Konsumen dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang E-Wallet*

- Shopeepay. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 2022–2153.  
<https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1522>
- Sartika Dewi. (2021). *Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Pekanbaru*.
- Sayidah, N. (2018). *Metodologi Penelitian: Disertai Dengan Contoh Penerapannya Dalam Penelitian*. Zifatama Jawa.
- Sugiono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Tajudin, M. H., & Mulazaid, A. S. (2017). *Pengaruh Promosi, Kepercayaan Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri Kcp. Sawangan Kota Depok*. *ISLAMICONOMIC*.
- Tuhepaly, M. (2021). *PENGARUH KEPERCAYAAN, PROMOSI DAN KEMUDAHAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN OVO Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*. [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)
- Unaradjan, D. D. (2019a). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Grafindo.
- Unaradjan, D. D. (2019b). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Grafindo.
- Untari, D. T. (2018). *Metodologi Penelitian: Penelitian Kontemporer Bidang Ekonomi dan Bisnis*. Jawa Tengah: CV Pena Persada.
- Veronica Fiona. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Faktor Sosial dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Billindo Utama Di Kota Batam*.
- Winda Larika, & Sri Ekowati. (2020). *PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE OPPO*.
- Yuliawan Eko, Siagian Hanny, & Willis Liangdy. (2018). *Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualias Layanan Terhadap Keputusan Pembelian*.