

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiningrum, D., & Andjarwati, A. L. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Keamanan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2020), 896–906.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. (D. Putra, Ed.) (Cetakan 13). ALFABETA. Retrieved from www.cvalfabet.com
- Amanah, D., Harahap, D. A., Gunarto, M., & Purwanto. (2020). Perceived Risk and Security in Creating Online Purchasing Decision at Marketplace in Indonesia. *Journal of Applied Business and Economics (JABE)*, 7(2), 162–179.
- Amirullah. (2021). *Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran*. (Widayat, Ed.). Sidoarjo: Indomedia Pustaka. Retrieved from www.indomediapustaka.com
- Charli, C. O., & Putri, D. A. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Promosi Dan Keamanan Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung. *Prosiding the 3rd Seminar Nasional ADPI Mengabdikan Untuk Negeri*, 3(1), 129–142.
- Daud, I. (2021). *Manajemen Pemasaran* (Cetakan-1st ed.). Sidoarjo: Indomedia Pustaka. Retrieved from www.indomediapustaka.com
- Enrique, L., & Gallardo-v, D. (2021). Online Buyers and Open Innovation : Security , Experience , and Satisfaction. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 37. <https://doi.org/10.3390/joitmc7010037>
- Feng, N., Chen, J., Feng, H., & Li, M. (2021). Promotional pricing strategies for platform vendors : Competition between first- and third-party products. *Decision Support Systems*, 618(May), 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2021.113627>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Handayani, D., Yulasmi, Y., & Lusiana, L. (2022). Promosi , Electronic Word of Mouth dan Persepsi Keamanan terhadap Minat Beli melalui Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Intervening. *Journal of Business and Economics*, 3(3), 366–378. <https://doi.org/10.35134/jbeupiyptk.v7i3.187>
- Harmayani, Marpaung, D., Hamzah, A., Mulyani, N., & Hutahaean, J. (2020). *E-Commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital*. (J. Simamarta, Ed.), *Yayaysan Kita Menulis* (Cetakan Ke). Medan: Yayaysan Kita Menulis.
- Heriyana, H. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Belanja Online (Studi pada Mahasiswa STIE Rahmadiyah Sekayu. *Jurnal Ekonomia*, 10(1), 33–39. Retrieved from

- Kambolong, M., Nurjannah, N., & Ambarwati, L. (2021). *Metode Riset dan Analisis Saluran Distribusi*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. In *pemasaran* (cetakan-15th ed.). London: Pearson Education.
- Kunda, A., Sucandrawati, N. L. K. A. S., Fadilah, N. R., Fauzan, R., Widiati, E., Choerudin, A., ... Yuliani, Y. (2023). *Pengantar Bisnis : Manajemen, pembiayaan, Pemasaran dan Operasional*. (Purnomo, Ed.) (Cetakan-1st ed.). Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Kurnia, D. (2020). Pengaruh Fitur, Kemudahan penggunaan, Keamanan, Dan Promosi, Terhadap Keputusan Penggunaan Digital Banking Jenius PT. Bank Tabungan Pensiun Nasional. *UG JURNAL*, 14(8), 1–10.
- Martono, N. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. (S. P. T. Utami, Ed.) (cetakan-5th ed.). Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Munsarif, M. (2022). *Pengantar E-commerce*. (R. Watriantos, Ed.) (Cetakan-1st ed.). Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Mutiara, & Wibowo, I. (2020). Pengaruh kepercayaan, keamanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(2), 10–20.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35137/jmbk.v8i2.419>
- Rahmawati. (2022). *Dalam Saja Variabel Penelitian Dalam Bidang Marketing ??? (Panduan Bagi Peneliti Pemula)*. (S. Widiastuti, Ed.) (Cetakan-1st ed.). Samarinda: Mulawarman University PRESS.
- Ramadhan, I. C., & Anggraeni, T. C. (2022). Pengaruh promosi, keamanan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan shopee. *Jurnal Ilmiah Multidisplin*, 1(1), 1–11.
<https://doi.org/https://doi.org/10.56127/jukim.v1i1.121>
- Salsyabila, S. R., Pradipta, A. R., & Kusnanto, D. (2021). Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat beli pada marketplace shopee. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 37–46.
- 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*, 4(1), 26–37.
- Sugiyanto, Mulyana, M., & Ramadhan, M. V. (2021). Pengaruh Keamanan Bertransaksi , Kemudahan Transaksi dan Persepsi Resiko Terhadap Minat

Beli. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 1(1).
<https://doi.org/10.37641/jikes.v1i1.404>

Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.

Yoebrilianti, A. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderator (survei Konsumen Pada Jejaring Sosial). *Jurnal Manajemen*, 8, 20–41.