

## DAFTAR PUSTAKA

- A, Sanusi. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis* (4 Ed).
- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March).
- Allaoui mohammed elhassen, Tidjani chemseddine, O. B. (n.d.2020). "The Importance of Training Programs in the Improvement of the Performance of Employees In The Petroleum Companies"- Case of Sonatrach Company - The Regional Directorate of BERKAOUI (Ouargla- Algeria) . *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 433–445. <https://doi.org/10.21276/sjbms>
- Astiana, Mustari, Supatminingsih, T., Said, M. I., & Hasan, M. (2021). *Pengaruh Promosi, Kemudahan, dan Kepercayaan terhadap keputusan Pembelian melalui sistem E-Commerce Shopee Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kecamatan Mamasa Kabupaten Mamasa*. 1(3), 14–26.
- Caruana, A., & Ramaseshan, B. (2019). The Effect of Service Quality and Consumer Trust on Retail Website Loyalty. *Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science*, 15(1), 76. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-11848-2\\_21](https://doi.org/10.1007/978-3-319-11848-2_21) Dinta Pramana, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian tumbler tupperware. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10, 268–279
- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>
- Ghozali, I. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. 154.
- Harris, L. C., & Goode, M. M. H. (2019). Online servicescapes, trust, and purchase intentions. *Journal of Services Marketing*, 24(3), 230–243. <https://doi.org/10.1108/08876041011040631>
- Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian rumah makan Koki Jody di Magelang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 95–105.

- Hidayaturohmah, S. N., Maskur, A., & Semarang, U. S. (2023). *Decision ( Studies On Prima Komputer ' s Consumers At Demak ) Pengaruh Persepsi Harga , Kualitas Produk , Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi Pada Konsumen Prima Komputer Demak )*. 4(4), 3633–3643.
- Idham, E. R., & Suhardi. (2020). Pengaruh Promotion , Brand Image Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung. *Ekuivalensi*, 6(2), 297–311.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42. <https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>
- Jayanti, R. D. (2019). Pengaruh Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Harapan Maulina Hijab Jombang). *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1). <https://doi.org/10.26533/eksis.v10i1.51>
- Jeffrey, & Wijaya, M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Personal Selling terhadap Keputusan Pembelian Mobil Agya pada PT. Astra Internasional TBK-TSO Medan Gatsu Branch. *Manajemen*, 5(2), 153–160.
- Juli, E. K. (2022). Pengaruh Harga, Kepercayaan, Brand Love Dan E-Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Pada Pengguna Aplikasi Tiktok Pada Era Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.32815/jubis.v3i1.1083>
- Keegan, W. J., & Green, M. C. (2019). *Global Marketing (Seventh Edition)*.
- Kotler, P. and K. L. K. (2019). *No Title* (16th Editio ed.).
- Kustiyah, I. K. dan S. H. dan E. (2019). KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI RESIKO KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGUNA DOMPET DIGITAL OVO DI SURAKARTA. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Lestari, Y. elisa. (2022). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi Produk Kecantikan Wardah. *J-Sikom*, 3(2), 81–93. <https://doi.org/10.36085/jsikom.v3i2.4135>

- McKnight, D.H., Choudhury, V., K., & C. (2019). No Title. In *Developing and validating trust measures for e-commerce: an integrative typology* (pp. 334-359).
- Mulyadi, A., Eka, D., & Nailis, W. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Online Lazada. *Jembatan*, 15(2), 87–94. <https://doi.org/10.29259/jmbt.v15i2.6656>
- Mutiara, M., & Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(2), 10–20. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v8i2.419>
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*.
- Nurmalasari, N., & Latifah, L. (2023). Pengaruh Keamanan, Kualitas Informasi dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Online pada Konsumen Tiktok Shop. ... : *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen ...*, 21(1). <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/perspektif/article/view/15285%0A> <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/perspektif/article/download/15285/5825>
- Prastowo, S. L., Djaenudin, E. M., & Apiyanti, N. V. (2023). *Ecodemica : Jurnal Ekonomi , Manajemen dan Bisnis Terhadap Keputusan Pembelian , melalui Perilaku Konsumen pada Marketplace Lazada Pendahuluan*. 7(1), 130–141.
- Prayudha, B. T. (2019). Pengaruh Kemudahan, Risiko, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Tokopedia.Com. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8, 1–17.
- Priskila, T. (2019). Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Terpersepsi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Dengan Harga Terpersepsi Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus Pada Shopee Indonesia). *Business Management Journal*, 14(2), 101–112. <https://doi.org/10.30813/bmj.v14i2.1471>
- Puspika, Y., & Sitorus, D. H. (2023). *SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Kelengkapan Produk , Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di PT Tanindo Plastik Batam*. 6(1), 905–914. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3934>
- Putra, A. (2021). Faktor – Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kepercayaan Konsumen Dan Implikasinya Pada Minat Pembelian Ulang Produk Sunnygold (Studi Kasus Pada Konsumen SunnyGold Di Jakarta Selatan). *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 2(1), 196. <https://doi.org/10.22441/jdm.v3i2.10205>

- Putri, F. A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee PayLater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 818. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p818-828>
- Putri, M. S., & Suyanto, A. (2019). Analysis the Effect of Trust , Easy , and Information Quality on Purchase Decisions on Marketplace in Indonesia. *E-Proceeding of Management*, 6(2), 2077–2082.
- Radna Andi Wibowo. (2019). *Manajemen pemasaran*. 2.
- Richard oliver (2021). 済無No Title No Title No Title. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Septa Diana Nabella. (2021). Improve Consumer Purchasing Decisions Through Quality of Service, Promotion And Quality of Information At PT. Ng Tech Supplies. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(3), 880–889. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v2i3.210>
- Sfenrianto, Gunawan, W., Kelly, D. S., & Tarigan, R. E. (2019). The use of quality, security and trust factors to improve the online purchase decision. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 96(5), 1436–1445.
- Sugiyono, P. D. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D*. ALFABETA, CV.
- Swastha, Basu, I. (2019). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.
- Tolan, M. S., Frendy, T., Pelleng, A. O., Punuindoong, A. Y., Studi, P., & Bisnis, A. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). *Productivity*, 2(5), 360–364.
- V.A.R.Barao, R.C.Coata, J.A.Shibli, M.Bertolini, & J.G.S.Souza. (2022). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における 健康関連指標に関する 共分散構造分析Title. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.
- YUNITA, N. R., SUMARSONO, H., & FARIDA, U. (2019). PENGARUH PERSEPSI RISIKO, KEPERCAYAAN, DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE DI BUKA LAPAK (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo). *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 90. <https://doi.org/10.24269/iso.v3i1.243>