

DAFTAR PUSTAKA

- Aristo, T., & Parameswari, R. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada PT Catur Eka Jaya. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2). [http://repository.upbatam.ac.id/eprint/1635%0Ahttp://repository.upbatam.ac.id/1635/1/cover.s.d bab III.pdf](http://repository.upbatam.ac.id/eprint/1635%0Ahttp://repository.upbatam.ac.id/1635/1/cover.s.d%20bab%20III.pdf)
- Bayuaji, L. A. P., & Haryanti, D. S. (2022). Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online Shopee. *E-Jurnal Manajemen Trisakti School of Management (TSM)*, 2(3), 79–90.
- Chrisanta, A. E., & Rokhman, N. (2022). Pengaruh Kemudahan , Keamanan , Kepercayaan Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada E-Commerce Shopee. *Cakrawangsa Bisnis*, 3(1), 23–34.
- Desky, H., Murinda, R., & Razali, R. (2022). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online. *Owner*, 6(2), 1812–1829. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.772>
- Fauziah, A., & Tirtayasa, S. (2022). Pengaruh Harga, Kepercayaan, Penggunaan Aplikasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Shopee pada Masa Pandemi Covid –19. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(2), 1381–1395.
- Harun, A., & Ayu Salmah, N. N. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Aplikasi Shopee. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(2), 114. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v17i2.4318>
- Hendrayani, E., Sitinjak, W., Kusuma, G. P. E., Yani, D. A., & ... (2021). *Manajemen Pemasaran (dasar &konsep)*. books.google.com.
- Heriyana. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Belanja Online (Studi pada Mahasiswa STIE Rahmanyah Sekayu). *Jurnal Ekonomia*, 10(1), 33–39.
- Iqbal, M., & Kadir, A. (2019). Jieb : Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Merchant Go Food Festival Duta Mall Banjarmasin. *JIEB: Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 227–237.
- Maghfur, M. D., & Urip, W. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Astra Honda Motor Dipaciran Lamongan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(19), 1–18.
- Nurhaida, & Realize. (2023). Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Bukalapak di Kota Batam. *ECo-Buss*, 5(3), 907–920.

- Prayosa, H., & Suwitho. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Honda Beat Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(11), 1–17.
- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah. (2020). Pengaruh Harga , Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 1–10.
- Purba, P. Y., Andi, A., Pratiwi, T., Jensen, J., & Irwansyah, A. (2020). Product Prices, Service Quality, Promotion Affect Decisions on Purchasing Motorcycle Parts. *International Journal of Social Science and Business*, 4(3), 455. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v4i3.28236>
- Putri, G. P., Welsa, H., & Diansepti, B. (2021). Pengaruh Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Pembelian Di Shopee. *Manajemen, Ekonomi, Keuangan Dan Akutansi (MEKA)*, 2(1), 28–32. <http://ejurnal.poltekkutaraja.ac.id/index.php/meka>
- Putri, S. H. D. E., & Saputra, A. (2023). Pengaruh citra merek, kepercayaan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pixy two way cake di kota batam. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Indonesia*, 23(2), 60–71.
- Rahma, V., & Khoris, M. (2023). Pengaruh Promosi Word Of Mouth dan Kemudahan Penggunaan Terhadap keputusan Pembelian pada Aplikasi Gof0of di Kota Batam. *Disrupsi Bisnis*, 6(1), 11.
- Rahmadhana, R., & Ekowati, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Konsumen Shopee Di Kota Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah ...*, 10(2), 629–636.
- Sari, G. I., Fermayani, R., & Harahap, R. R. (2020). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Padang). *Jurnal Menara Ekonomi: Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 6(2), 1–11. <https://doi.org/10.31869/me.v6i2.1816>
- Sembiring, M. J., Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2022). The Impacts of Product Quality, Promotion, Brand Association, Purchase Decisions on Japanese Motorcycles. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 16(2), 214. <https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2022.v16.i02.p03>
- Sobandi, A., & Somantri, B. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Imwi Student Research Journal*, 1(1), 41–52.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Sutopo (ed.); ke 2). ALFABETA.
- Suryana, P. (2022). The Effect Of Security, Easy Of Transaction On Purchase Decisions at JD.ID. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajeme*, 15(1), 12–16.
- Tolan, M. S., Pelleng, F. A. O., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). *Journal of Productivity*, 2(5), 360–364.
- Trinaldi, G., & Djawoto. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Mc Donald’s Basuki Rahmat Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(12). <http://doi.org/10.33395/remik.v6i4.11881>
- Ulumudin, M. I., & Wahyuati, A. (2021). Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Pacific Noris. *Jurnal Ilmu Riset Manajemen*, 10(8), 10–18.
- Wau, F. S., Chandrayant, T., & Afrizoni, H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Espresso Cafe Di Kota Pariaman. *Jurnal Matua*, 4(8.5.2017), 2003–2005.
- Winardy, I., Purba, P. Y., Chaniago, C., & Andika. (2021). The Positive Impact of Product Quality, Price, and, Promotion on Purchasing Decision of Toyota Innova Cars. *International Journal of Social Science and Business*, 5(2), 161–166. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJSSB/index>
- 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>