

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiningrum, D., & Andjarwati, A. L. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 896–906. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p896-906>
- Badir, M., & Andjarwati, A. L. (2020). The Effect of E-WOM, Ease of Use and Trust on Purchase Decisions (Study on Tokopedia Application Users). *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 7(1), 39. <https://doi.org/10.24252/minds.v7i1.13715>
- 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.
- Dessy Yunita, Ahmad Nazaruddin, & Lisnawati. (2023). Membangun Loyalitas Online: Pengaruh Kepercayaan Merek, Keterikatan Merek dan Penerimaan Teknologi. *Jkbn (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 9(2), 188–201. <https://doi.org/10.31289/jkbn.v9i2.8848>
- Febby Andriani, Enny Arita, A. A. (2022). Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, 01(01), 124–137. <https://www.jurnal.unidha.ac.id/index.php/JPPISB/article/download/500/303>
- Ferdianto, M., Hamid, R. S., & Maszudi, E. (2023). Peran E-Wom, Life Style, Kepercayaan, Dan Content Marketing Dalam Keputusan Pembelian Generasi Milenial Di Facebook. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 10(1), 198–210. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i1.46629>
- Napitupulu, M. H., & Supriyono, S. (2022). Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Lazada di Surabaya. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(2), 789–800. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i2.1335>
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>
- Primadineska, R. W., & Jannah, S. M. (2021). Perceived Security and Trust in Electronic Payment Systems: How They Affect the Decision to Use EPS During the COVID-19 Pandemic. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 12(2). <https://doi.org/10.18196/mb.v12i2.11456>
- Puspa Sari, F., & Hawignyo. (2021). the Effect of Trust and Risk Perception on Tokopedia Online Shop Purchase Decision. *Business and Accounting*, 4(2), 756. <https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/COSTING/article/view/1986>
- Rendy Putra Pradwita, R. B., Handoko, Y., & Rachmawati, I. K. (2020). Influence of Trust, Ease, and Quality of Information on Laroslaptop Website on Online Purchasing Decisions. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(2), 212–220.

- Sari, N. E., & Oswari, T. (2020). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Pada Toko Online Tokopedia. *Creative Research Management Journal*, 3(2), 34. <https://doi.org/10.32663/crmj.v3i2.1550>
- Selly, & Rustam, T. A. (2022). Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Secara Online Oleh Mahasiswa Di Kota Batam Meliputi : *Scientia Journal : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(1).
- Sindiah, S., & Rustam, T. A. (2023). Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Facebook. *ECo-Buss*, 6(1), 42–52. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i1.624>
- Suryana, P. (2022). The Effect of Security, Easy of Transaction on Purchase Decisions at JD.ID. *Jurnal Riset Bisnis Manajemen (JRBM)*, 15(1), 42–49.
- Syafrianita, N., Muhammad, A., & Firah, A. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Pada CV. Syabani di Pusat Pasar Medan. *Jurnal Bisnis Corporate*, 7(2), 31–40.
- Tran, V. D., & Nguyen, T. D. (2022). The impact of security, individuality, reputation, and consumer attitudes on purchase intention of online shopping: The evidence in Vietnam. *Cogent Psychology*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311908.2022.2035530>
- Wardhana, A. (2023). Introduction to Consumer Behavior. *Essentials of Consumer Behavior: An Applied Approach, Second Edition*, March, 3–18. <https://doi.org/10.4324/9780367426897-2>
- Yurindera, N. (2020). Pengaruh Persepsi Dan Sikap Terhadap Motivasi Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Online Di Masa Pandemi. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 23(3), 309–320.