

DAFTAR PUSTAKA

- Amri, S., Mukhdasir, Ambartiasari, G., & Fitriliana. (2023). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pasar Almahirah Lamdingin Banda Aceh. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 9(4), 1660–1667.
- Anjaya, F. A., Yulasmi, Y., & Sopali, M. F. (2024). Pengaruh Kepercayaan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Usaha Jaya Perabot Di Bukittinggi. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 8(2), 231. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v8i2.1405>
- Antari, K. A. A., Agustina, N. K. W., & Yudhistira, P. G. A. (2023). The Influence of Risk Perception on Visit Decision to Tourism Village: The Mediating Role of Tourist Motivation. *International Journal of Social Science and Business*, 7(4), 947–956. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v7i4.49853>
- Anzani, R. S., Rahmiati, F., Chairy, C., & Purwanto, P. (2022). The Effect Of Travel Risk Perception And Destination Image On Visit Decision In The New Normal. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 15(1), 95–110. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v15i1.10686>
- Atieq, M. Q., & Azizah, M. (2022). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Layanan Syariah Digital di Pegadaian Syariah Indramayu. *Optimal: Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 15(1), 1–17. <https://doi.org/10.33558/optimal.v15i1.3009>
- Atmaja, H. S., & Achsa, A. (2022). Analisis Harga, Kepercayaan, Keamanan Dan Persepsi Harga Dalam Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop. *Jurnal Mirai Manajemen*, 7(1), 400–409.
- 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>
- 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>
- Fatkurrahman, M., & Yahya. (2024). Pengaruh Kepercayaan, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online Via Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 13(9), 1–19.
- Fatmawati, I., Abiyyu Fathin, A., & Jaroenwanit, P. (2023). Understanding How Customers Shape Purchase Decisions In The E-Commerce Marketplace. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 15(2), 229–254. <https://doi.org/10.26740/bisma.v15n2.p229-254>
- 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.
- Febriyanti, F., & Rustam, T. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kemudahan, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Lazada di Kota Batam. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 81.

- Frans Sudirjo, Ikbil, Muhammad Hasan Lubis, Laksono Edhi Lukito, & Saddam Husaen. (2024). Pengaruh Kemudahan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Secara Online dengan Diskon sebagai Moderasi. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(8), 4095–4105. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i8.4612>
- Girsang, O. N., & Husda, N. E. (2024). Pengaruh Media Sosial, Kepercayaan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Bukalapak di Kota Batam. *ECo-Buss*, 7(1), 473–484. <https://doi.org/10.32877/eb.v7i1.1495>
- Haerani, P. N., Latief, F., & Agunawan. (2023). Pengaruh Kemudahan Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Kozi Coffee Di Makassar. *Jurnal Manuver: Akuntansi ...*, 1(1), 15–29. <https://ejurnal.nobel.ac.id/index.php/manuver/article/view/3625%0Ahttps://ejurnal.nobel.ac.id/index.php/manuver/article/download/3625/1831>
- Hartono, C., Silintowe, Y. B. R., & Huruta, A. D. (2021). The Ease Of Transaction And E-Service Quality Of E-Commerce Platform On Online Purchasing Decision. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 13(2), 81. <https://doi.org/10.26740/bisma.v13n2.p81-93>
- Karinina, S. T., & Rustam, T. A. (2023). Pengaruh Promosi, Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Lazada (Studi Kasus Di Tiban Indah). *ECo-Buss*, 5(3), 831–843. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i3.618>
- Laras, S., & Bawono, A. D. B. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan, Harga, dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan E-Commerce Traveloka (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Akuntansi FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta). *Prosiding Biema*, 2(1), 479–494. <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/biema/article/view/1683>
- Marpaung, G. P., Tri Lestari Purba, A., & Australiati Saragih, A. (2024). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Pada Mahasiswa Fakultas X. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 5622–5628.
- Merta, I. P. G. B., Trinanasari, N., & Bagia, I. W. (2022). Influential Factors of Online Shopping Decision. *International Journal of Social Science and Business*, 6(2), 246–252. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v6i2.44077>
- 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. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i3.651>
- 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>
- 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.
- Rafi, A. D., & Rochdianingrum, W. A. (2023). Pengaruh Harga, Kepercayaan, Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Platform

- Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(11), 1–18.
- Rahmadhana, R., & Ekowati, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Konsumen Shopee Di Kota Bengkulu. *Jurnal Ekombis Review – Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 629–636. <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/article/view/2239%0Ahttps://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/article/download/2239/2251>
- Salsabila, H. Z., Susanto, S., & Hutami, L. T. H. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 87–96. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i1.442>
- Sartika, D. (2021). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Pekanbaru. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(3), 253–262. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/index>
- Sembiring, S., & Suhardi. (2024). Pengaruh Kepercayaan , Promosi dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian pada Grabfood di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Feasible: Bisnis, Kewirausahaan & Koperasi*, 6(1), 37–50.
- Septiani, A., & Suhermin. (2022). Pengaruh Harga, Keamanan, dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(2), 209–2017. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN%0AMeng uji>
- Setiawan, D., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2024). Pengaruh Promosi Online, Kelompok Referensi, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Game. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 5755–5767. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- 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>
- Sitinurjan, S. N., & Khuzaini. (2024). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi E-Wom (Studi Pada Pengguna Scarlett). *Jurnal Ekonomi Dan Industri*, 13(10), 1–18. <https://doi.org/10.35137/jei.v24i2.1099>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Sutopo (ed.); ke 2). Alfabeta.
- Susanti, R., & Rustam, T. A. (2022). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Batam Bangun Prahtama. *Jurnal Ekuivalensi*, 8(1), 80–91. <https://doi.org/10.51158/ekuivalensi.v8i1.661>
- Wati, V., & Rijali, N. F. (2024). Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerceshopee Oleh Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Tabalong. *Jurnal Stiatabalong*, 7(2), 1969–1982.
- Widarma, & Ridjal, M. R. (2024). Pengaruh Persepsi Risiko dan Promosi Terhadap

Keputusan Pembelian pada Onlineshop Tokopedia (Studi Pada Konsumen di Kabupaten Bogor) Promosi Penjualan (Sales Promotion), Penjualan Personal (Personal Selling), Hubungan Masyarakat (Public Relations), *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 5(4).