

DAFTAR PUSTAKA

- Adela Devita, Fabella Nurhaliza Tri, Alfani Agum, & Sanjaya Vicky F. (2021). Pengaruh Iklan, Persepsi Kualitas, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Jmb)*, 1.
- Andika Bobby, & Rummyeni. (2024). Pengaruh Iklan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Azwa Perfume Pekanbaru. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 10(2), 230–245.
- Andriani, F., & Nalurita, S. (2021). Pembelian Konsumen Tokopedia (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia Di Jabodetabek). *Jimen Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(3), 2021. www.Internetworldstats.Com
- Atika Mardhiyah Simamora, & Syarifah E Vi Zuhra. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Tiktok Shop Di Banda Aceh Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 8.
- Damayanti, N. P. A. (2022). *Pengaruh Brand Image, Iklan, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Portal Traveloka Di Kota Denpasar* [Universitas Mahasaraswati Denpasar]. <https://eprints.unmas.ac.id/id/eprint/7083>
- Dandy Adi Pradana, I. M., & Aksari, N. M. A. (2022). Peran Sikap Dalam Memediasi Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Pembelian Ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(6), 1110. <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2022.V11.I06.P03>
- Diven, D., & Khoiri, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Iklan, Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee. *Jesya*, 6(2), 1509–1516. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V6i2.1063>
- Drihan, M., Pratama, J., & Khabibah, U. (2021). Promosi Melalui Desain Iklan Video Produk Berbasis Multimedia Dengan Menggunakan Aplikasi Adobe Premiere Pro Pada Umkm Haviera Foodies Malang. *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(2).
- Eka Risma Kusumawardani. (2023). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan, Risiko Dan Norma Subjektif Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Linkaja Syariah (Studi Pada Transaksi Makanan Halal Di Solo Raya)*.

- Fadil, M., & Efriyanti, F. (2023). Pengaruh Fitur Customer Review Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee (Studi Pada Mahasiswa Universitas Bandar Lampung Prodi Manajemen Angkatan 2019). *Jurnal Emt Kita*, 7(3), 721–727. <https://doi.org/10.35870/Emt.V7i3.1251>
- Frimayasa Agtovia. (2022). Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Tokopedia. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(3), 941–945.
- Giovanni Nyio, J., Moniharapon, S., & J Ogi, I. W. (2022). Pengaruh Iklan Online, Kualitas Produk Dan E-Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Produk Tas Online (Studi Pada Konsumen Bag Store Manado) The Effect Of Online Advertising, Product Quality And E-Wom On Purchase Intention Online Products (Study On Consumers Bag Store Manado). *Jurnal Emba*, 10(4), 1835–1846.
- Gusti Ngurah Satria Wijaya, D. I., Wayan Cahya Ayu Pratami, N., Nyoman Muryatini, N., & Gede Dharmadi Yasa, I. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Persepsi Risiko, Kepercayaan Pelanggan, Dan Keputusan Pembelian E-Commerce Tokopedia. *E-Jurnal Manajemen*, 11(1), 190–209. <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2022.V11.I01.P10>
- Hartika, D., Norisanti, N., Mulia, F., Administrasi, F. I., Humaniora, D., & Sukabumi, U. M. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Keputusan Investasi Keputusan Pendanaan, Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Real Estate Dan Property Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 14(1).
- Hasdani, D., & Nasir, M. (2021). Persepsi Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Users Di Kabupaten Bungo. *Jurnal Manajemen Sains*, 1(3), 187–196. <https://doi.org/10.36355/Jms.V1i3.614>
- Hikmah, & Rustam, T. (2022). Citra Merek , Kualitas Produk Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Private Label (Studi Kasus Pelanggan Alfamart Villa Muka Kuning Batam). *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 2(17).
- Hoki Leony, Rusdiana Br Simamora, & Michael. (2024). Analisis Pengaruh Cita Rasa, Suasana Toko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen Di Bambu Ungu Resto. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(5), 373–392. <https://j-innovative.org/index.php/innovative>
- Irfan Rizqi Pangestu, & Retno Susanti. (2024). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mixue Ice Cream

- Dan Tea Nusukan Surakarta. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 2(4), 180–191. <https://doi.org/10.55606/Mri.V2i4.3188>
- Istikomah Nurul, & Hartono Budi. (2022). Analisis Persepsi Promosi Gratis Ongkos Kirim (Ongkir) Shopee Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Kompetif*, 1(2), 49–57.
- Kusumawardani Intan Pawestri. (2023). *Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce Tiktok Shop*.
- Losung, Y. H., & Wenas, R. S. (2022). Effect Of Product Quality, Advertising And Price Perception On Consumer Satisfaction Of Telkomsel Prepaid Card Users In Pasan District. Dalam *Arie 401 Jurnal Emba* (Vol. 10, Nomor 1).
- Nasih Arif Miftahun, Gati Vidia, & Rahayu Sri. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Risiko Dan Persepsi Hambatan Terhadap Minat Menggunakan Qris Yang Dimediasi Oleh Sikap Terhadap Qris. *Jurnal Akuntansi Akunesa*, 12(3). <https://doi.org/10.26740/Akunesa>
- Nasywa Azhar, F., Dewi, A. M., & Yusuf, A. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Pada Aplikasi Tix Id The Influence Of Perceived Convenience On The Decision To Purchase Cinema Tickets On The Tix Id Application. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai*, 10(02), 241–246.
- Nufusiah Syifaun. (2023). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Fitur Shopee Paylater (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Ponorogo)*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Nur'aeni, & Hidayat Rahmat. (2022). Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy. *Jurnal Ikraith-Ekonomika*, 5(2).
- Nurudin. (2023). Pengaruh Label Halal Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Economic, Management And Business*, 2(1). <https://doi.org/10.32699/Magna.V2i1.3733.G2014>
- Nuryanti, N., Fawazi, M. H., Basuki, H., & Wati, J. A. (2024). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Peyek Mak Nyus Jingglong Sutojayan Blitar). *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 12(1), 294–304. <https://doi.org/10.47668/Pkwu.V12i1.1111>

- Putri, T., Sembiring, B., & Setyani, A. Y. (2024). *Analisis Pengaruh Kemudahan Transaksi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Penggunaan Kembali E-Commerce Tik Tok Shop*. 5(10).
- Putu, G., Warsita, G., Darma, W., & Devi, | Sunitha. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Norma Subjektif Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Di Masa New Normal (Studi Pada Pengguna E-Wallet Di Kota Denpasar). *Jimat (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)*, 13(4).
- Rachmaniar, A., Ningtyas, D., & Soegijanto, D. (2023). Pengaruh Kualitas Desain Iklan Digital Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Secara Online. *Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Komunikasi Sti&K (Sentik)*, 7(1).
- Rahmadhana Rini, & Ekowati Eko. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Konsumen Shopee Di Kota Bengkulu. *Jurnal Ekombis Review*, 10, 629–636.
- Rohman, M. M., Bani, M. D., Antonny, G., Aryasatya, B., & Muri, D. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif: Teori Dan Praktik* (S. Pd. , Ns. , M. Kes. Dr. Neila Sulung & S. Tr. Kes. Rantika Maida Sahara, Ed.). Get Press Indonesia. <https://www.researchgate.net/publication/377329440>
- Saputri Yuli Indah. (2024). *Pengaruh Pengalaman Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Semangat Kerja Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada Puskesmas Margorejo Metro Selatan)* [Universitas Muhammadiyah Metro]. <http://eprints.ummetro.ac.id/id/eprint/3006>
- Sihotang, H., Pd, M., Penerbitan, P., Buku, P., & Tinggi, P. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif* (M. P. Dr. Erni Murniarti, Ed.). Uki Press.
- Sutrisno, Yanurianto, & Indrawan, Y. W. (2021). Pengaruh Pelatihan Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Pratama Abadi Industri Di Tangerang. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 3(4).
- Taryanda Muhklis Ananta, Ferawati Rofiqoh, & Andriani Beid Fitrianova. (2024). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Qris Pada Masyarakat Di Kota Jambi. *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*, 1(3), 87–101. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/Jaem.V1i3.2477>.
- Tulyanti Eka Rahmat, & Salam Abdul. (2024). Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Masyarakat Kecamatan Utan Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Nusa Manajemen*, 1(1), 146–163.

- Umayah Zulfatul. (2023). *Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Risiko Terhadap Niat Beli Online Pada Social Commerce Tiktok Shop (Studi Pada Pengguna Tiktok Shop Di Kabupaten Demak)*.
[Http://Repository.Iainkudus.Ac.Id/Id/Eprint/11356](http://Repository.Iainkudus.Ac.Id/Id/Eprint/11356)
- Wahyudi, R. (2022). Pengaruh Iklan Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Item Virtual Padagames Online Mobile Legends. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(5), 563–578. <https://doi.org/10.54443/Sibatik.V1i5.64>
- Wawan, A. (2024). *Pengaruh Pengetahuan, Keamanan Dan Persepsi Risiko Investasi Terhadap Minat Berinvestasi Tabungan E-Mas Digital (Studi Kasus Pada Masyarakat Pengguna Bsi Mobile Di Purwokerto Utara)*. Universitas Islam Negeri (Uin) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.