

DAFTAR PUSTAKA

- Aditiya, M. (2023). *E-commerce Paling Banyak Dikunjungi Sepanjang 2023*. Goodstats. <https://goodstats.id/infographic/e-commerce-paling-banyak-dikunjungi-sepanjang-2023-aVFg5>
- 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>
- Anshori, M. Y., Karya, D. F., & Gita, M. N. (2022). A Study on The Reuse Intention of *E-commerce* Platform Applications : Security, Privacy, Perceived Value, and Trust. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 15(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.20473/jmtt.v15i1.34923>
- Atmaja, H. S., & Achsa, A. (2022). Analisis Harga, Kepercayaan, Keamanan, dan Persepsi Risiko Dalam Keputusan Pembelian Konsumen pada *Online Shop*. *Jurnal Mirai Management*, 7(1), 400–409.
- Bambang Nur Cahyaningrum, Wisnu Untoro, Ahmad Ikhwan Setiawan, & Lilik Wahyudi. (2023). The Influence of Price, Security and Promotion on Purchase Decisions in *Online Store*: Z Generation Study. *Journal of Namibian Studies*, 33, 1702–1716. <https://doi.org/10.59670/jns.v33i.587>
- Baroto, M. I., & Artanti, Y. (2023). The Influence of Brand Image and Product Quality on Purchasing Decisions of NU Green Tea. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 10(12), 64.
- Cahyani, C., Susilowati, I. H., & Widiyanti, W. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Menggunakan Shopee PayLater di Kota Depok. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 07(1), 42–54.
- Dahlia, R., & Arini, E. (2024). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Situs Marketplace Shopee. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 5(1), 307–318.
- Dirwan, D., & Themba, O. S. (2022). Keputusan Pembelian dari Aspek Desain Website, Kepercayaan, Keamanan, dan Kemudahan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 1305–1314. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2735>
- Dr. Amruddin, S.Pt., M.Pd., M. S., Roni Priyanda, S.Pd., M. P., & Dr. Tri Siwi Agustina, S.E., M. S. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (M. P. Dr. Fatma Sukmawati (ed.); 1st ed.). Pradina Pustaka.
- Gemima, D., Silaningsih, E., & Kartika, K. (2021). Keputusan Pembelian *Online* Produk Bukalapak.com dengan Pendekatan Kepercayaan Konsumen, Keamanan Dan Persepsi Risiko (Studi Kasus pada Konsumen di Kota Bogor). *Jurnal Pemasaran*, 15(6), 4655–4668.

- Hanum, H., & Wiwoho, G. (2023). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 5(4), 465–480. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v5i4.478>
- 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. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 13(2), 81–93. <https://doi.org/10.26740/bisma.v13n2.p81-93>
- Hidayat, A., Wijaya, T., Ishak, A., & Endi Catyanadika, P. (2021). Consumer Trust as the Antecedent of Online Consumer Purchase Decision. *MDPI Journal*, 12(4), 1–10. <https://doi.org/10.3390/info12040145>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (1st ed). Unitomo Press.
- Jaya, U, A., Bagja, S, I., & Somantri, B. (2020). Pengaruh Price dan Product Quality Terhadap Costumer Loyalty Internet Indosat Ooredoo di Sukabumi. *Cakrawala*, 3(1), 33–42.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Muslimah, A., Hak, N., & Shar, A. (2024). Pengaruh Harga, Trust, Kemudahan dan Keamanan Menggunakan *E-commerce* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna Shopee Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(1), 563. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i1.1580>
- 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.
- Nugroho, S, A., & Haritanto, W. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif dengan Pendekatan Statistika (Teori, Implementasi & Praktik dengan SPSS)*.
- Pautina, Y. B., Ismail, Y. L., & Abdussamad, Z. K. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Belanja Online Shopee (Studi pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo). *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 474–484.
- Puanda, F., & Rahmidani, R. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan

- Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Melalui Aplikasi Shopee. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 4(3), 367–379.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (M. S. Dr. Ir. Try Koryati (ed.); 1st ed.). Penerbit KBM Indonesia.
- Santoso, I., & Madiistriyatno, H. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Asep Rachmatullah (ed.); 1st ed.). Indigo Media.
- 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), 34–46. <https://doi.org/https://doi.org/10.32663/crmj.v3i2.1550>
- Sarwani, & Rohmah, F. S. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian *Online* pada Marketplace Shopee di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 6(2), 83–99. <https://doi.org/https://doi.org/10.25139/jiabi.v6i2.4134>
- Septiani, L. (2023). *Perbandingan Jenis Konsumen Shopee, Tokopedia, JD.ID hingga Lazada*. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/digital/e-commerce/64227f7341188/perbandingan-jenis-konsumen-shopee-tokopedia-jdid-hingga-lazada>
- Sudarwanto, Y., Lukitaningsih, A., & Maharani, B. D. (2021). Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian pada Situs Lazada (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UST). *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 14(02), 337–345. <https://doi.org/https://doi.org/10.46306/jbbe.v14i2.87>
- Wiyata, M. T., Putri, E. P., & Gunawan, C. (2020). Pengaruh Customer Experience, Ease of Use, dan Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Konsumen Situs Jual Beli *Online* Shopee. *Cakrawala*, 3(1), 11–21.
- Yulia Sari, R., & Elsandra, Y. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kemudahan, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian *Online* di Marketplace. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, 1(1), 106–117. <https://doi.org/10.47233/jppisb.v1i1.403>