

DAFTAR PUSTAKA

- Adhani, Rizki Yana Setya. "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online pada Shopee (Studi Empiris Terhadap Masyarakat Magelang)." *Skripsi Universitas Muhammadiyah Magelang*, 2018. <https://repositori.unimma.ac.id/1978/>.
- Admin. "Komparasi Brand Index." Top Brand Index, 2024. https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=3&id_kategori=6&id_subkategori=643.
- Ahdiat, Adi. "5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023." Katadata.co.id, 2023. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/3c9132bd3836eff/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>.
- Aminuddin, Aminuddin, dan Neni Sri Wahyuni. "Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Apotik Milano Farma di Desa Patumabak I." *JEKKP (Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Kebijakan Publik)* 6, no. 1 (2024): 61–67. <https://doi.org/10.30743/jekkp.v6i1.9520>.
- Anggraeni, Alvina Rahma, dan Euis . Soliha. "Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang)." *Al Tijarah* 6, no. 3 (2020): 104. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>.
- APJII, Admin. "Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang," 2024. <https://jurnal.fh.unpad.ac.id/index.php/acta/article/download/1707/840/>.
- Apriani, Fanny. "Pengaruh Kemudahan Transaksi dan Kualitas Web Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen (Studi Kasus Pengguna Web Tokopedia di Jakarta Timur)." *Ikraith-Ekonomika* 7, no. 3 (2024): 124. <https://doi.org/10.37817>.
- Arafah, Willy. "Dynamics of Trust, Information Quality, and Risk Perception in Online Purchasing Decisions." *Jurnal Multidisiplin Indonesia* 3, no. 7 (2024): 4197. <https://doi.org/https://doi.org/10.58344/jmi.v3i7.1634>.
- Arif Fakhrudin, Maria Valeria Roeliyanti, Awan. *Bauran Pemasaran. Deepublish*. Yogyakarta: Deepublish, 2022.
- Arifin, Zaenal. "Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Informasi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Violet Bakery Kota Probolinggo." *Journal Management, Accounting, and Digital Business* 1, no. 5 (2023): 611–20. <https://doi.org/https://doi.org/10.51747/jumad.v1i5.1440>.

- Arswani, Fammy Aisyah, and Faiz Albanna. "Pengaruh Kepercayaan Penumpang dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Tikt Maskapai Lion Air Keberangkatan dari Yogyakarta oleh Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta." *Jurnal Flight Attendant Kedirgantaraan* 4, no. 2 (2022): 169. <https://doi.org/10.56521/attendant-dirgantara.v4i1.439>.
- Asnawati, Maryam Nadir, Wirasmi Wardhani, and Made Setini. "The Effects of Perceived Ease of Use, Electronic Word of Mouth and Content Marketing on Purchase Decision." *International Journal of Data and Network Science* 6, no. 1 (2022): 81–90. <https://doi.org/10.5267/J.IJDNS.2021.10.001>.
- Assauri, Sofyan. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi, Cetakan Kedelapan, Penerbit; PT. Raja Grafindo, Jakarta*, 2010.
- Balaka, Muh Yani. *Metode Penelitian Kuantitatif. Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif*. Vol. 1, 2022.
- Cahyadi, Danang Tri. "Pengaruh Harga, Kepercayaan, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce Tokopedia dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Intan Lampung Tahun 2020-2022)." UIN Raden Intang Lampung, 2023.
- Cahyaningrum, Bambang Nur. "The Influence of Price, Security and Promotion on Purchase Decisions in Online Store: Z Generation Study." *Journal of Namibian Studies: History Politics Culture* 33 (2023): 1702–16. <https://doi.org/10.59670/jns.v33i.587>.
- Clarissa, Carla, and Innocentius Bernarto. "The Influence of Brand Ambassador, Brand Awareness, Brand Image and Prices on Purchase Decisions on Online Marketplace." *Business and Entrepreneurial Review* 22, no. 2 (2022): 283. <https://doi.org/10.25105/ber.v22i2.14966>.
- Davis, Fred D. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology." *MIS Quarterly* 13, no. September 3 (1989): 321. <https://doi.org/10.5962/bhl.title.33621>.
- Davis, Fred D, Richard P Bagozzi, and Paul R Warshaw. "User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models." *Management Science* 35, no. July 2018 (1989): 990.
- Dewi Wulansari. "Pengaruh Promosi Penjualan, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada E-Commerce Shopee." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi* 1, no. 1 (2023): 78–89. <https://doi.org/10.54066/jmbe-itb.v1i1.60>.
- Djuko, Nurhayati S., Zainal Abidin Umar, and Idris Yanto Niode. "Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Aplikasi Shopee." *Journal Of Social Science Research* 4, no. 3 (2024): 7235.
- Dwi, Devi Marta. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Diskon, Dan Keputusan

- Pembelaian Online Maharani Prima Skin Care Di Blitar.” *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis* 2, no. 1 (2014): 8–19. <https://doi.org/https://doi.org/10.32815/jubis.v2i2.442>.
- Fadli, Muhammad Rijal. “Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif.” *Humanika* 21, no. 1 (2021): 34–37. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>.
- Fahrulroji Rahman, and Siti Sarah. “Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Fashion Di Tiktok Shop pada Pengguna Aplikasi Tiktok.” *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)* 10, no. 3 (2024): 2047. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i3.2505>.
- Farhan, Muhammad. “Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online di Shopee pada Masyarakat Kota Banda Aceh.” *UIN Ar-Raniry*. UIN Ar-Raniry, 2023. <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484>
- Firdaus, M M. *Metodologi Penelitian Kuantitatif; Dilengkapi Analisis Regresi IBM SPSS Statistics Version 26.0*. Cv. Dotplus Publisher, 2021. <https://books.google.co.id/books?id=IJ8hEAAAQBAJ>.
- Hartono, Jogiyanto. *Sistem Teknologi Informasi Bisnis: Pendekatan Strategis*. Jakarta: Penerbit Salemba, 2024.
- Heryana, Ade. “Populasi dan Sampel: Kerangka Sample Size , Sampling Frame , dan Sample Inclusivity pada Penelitian Kuantitatif.” *Pontificia Universidad Catolica Del Peru* 8, no. June (2024): 3. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.28040.02569>.
- Hidayah, Rachmahita Resti, dan Edi Purwo Saputro. “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-Marketplace.” *Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 2018.
- Hidayat, Anwar. *Pengertian dan Penjelasan Uji Autokorelasi Durbin Watson*. diakses dari <https://www.statistikian.com/2017/01/uji-autokorelasi-durbin-watson-spss.html>, 2017.
- Hidayat, Aziz Alimul. *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas*. Surabaya: Health Books Publishing, 2021. <https://books.google.co.id/books?id=0dAeEAAAQBAJ>.
- Hidayat, Ismail, Rois Arifin, and Ahmad Agus Priyono. “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Harga dan Kualitas Informasi Penggunaan E-Commece Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Situs Bukalapak.Com (Studi Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi UNISMA Angkatan 2013).”

- Elektronik Jurnal Riset Manajemen* 06, no. 3 (2017): 64–77.
<https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/450>.
- Hidayati, Nur. “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Pemasaran di Media Sosial (Study Pada Pengguna Media Sosial di Shireenshop Hijab).” Wijaya Kusuma Surabaya University, 2018.
- Imaningsih, Erna S. “The Model Of Product Quality, Promotion, Price, And Purchase Decisions.” *Jurnal Ekonomi* 23, no. 2 (2018): 263.
<https://doi.org/10.24912/je.v23i2.373>.
- Jogiyanto. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Edited by Andi, 2008.
<https://api.semanticscholar.org/CorpusID:169263421>.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks, 2007.
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Vol. 1. Jilid, 2008.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. “Alih Bahasa: Benyamin Molan. Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jilid 1.” *Cetakan Keempat*. PT. Indeks. Jakarta, 2009.
- Kuswati, Rini. “Antecedents Of Online Purchasing Behavior Antesenden Perilaku Pembelian Secara Daring.” *BENEFIT Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 3, no. 2 (2018): 41.
- Mahfudhotin. “Estimasi Model Regresi Panel Komponen Error Satu Arah Dengan Metode Generalized Least Square The Estimation of the One-Way Error Component Panel Regression Model with the Generalized Least Square Method.” *Sains & Matematika* 6, no. 1 (2017): 2.
- Mauludin, M. Soleh. “Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi di E-Commerce.” *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy* 1, no. 1 (2022): 110–12. <https://doi.org/10.33022/ijcs.v12i6.3483>.
- Miranina, Zainu Salma. “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2017).” Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2022.
- Mita, Mita, Fransisca Desiana Pranatasari, and Kristia Kristia. “Analisis Pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan, dan Ulasan Konsumen Daring Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee.” *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia* 4, no. 4 (2021): 548.
<https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.204>.
- Mulyana, Sri. “Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee di Pekanbaru.” *Jurnal Daya Saing* 7, no. 2 (2021): 193.

<https://doi.org/10.35446/dayasaing.v7i2.665>.

- Murtiningsih, dewi. “Pengaruh Word of Mouth , Harga, Kualitas Produk.” *Pengaruh Word of Mouth, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi* 04, no. 01 (2023): 29–37.
- Nazarudin, Hamzah, and Yunita Pela. “Pengaruh Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Situs D’bc Network Orifline (Studi Pada Masyarakat Fatufeto Kota Kupang).” *Bisman-Jurnal Bisnis & Manajemen* 2, no. 02 (2017): 112–21.
- Novianti, Rifma Azizaton, Rois Arifin, and M. Hufron. “Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Zalora (Studi Pada Mahasiswa Kos Perumahan Griya Shanta Eksekutif Malang).” *E-Jurnal Riset Manajemen*, 2019, 60–76.
- Nurfaedah. “Pengaruh Kepuasan Konsumen, Harga, Waktu, dan Kualitas Produk, Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Pembelanjaan Melalui Store Online.” *Jurnal Sosial Dan Sains* 2, no. 1 (2022): 112.
- Nurhayati, Siti. “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Yogyakarta Di Shopee.” *Albama: Jurnal Bisnis Administrasi Dan Manajemen* 15, no. 2 (2022): 24. <https://doi.org/10.56606/albama.v15i2.74>.
- Pasaribu, Samuel Sahat Maruli, and Agus Maolana Hidayat. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis* 5 (2023): 1065–71. <https://doi.org/10.37034/infec.v5i3.638>.
- Rachmawati, Ike Kusdyah, Syarif Hidayatullah, Fenia Nuryanti, and Maulidia Wulan. “The Effect of Consumer Confidence on the Relationship between Ease of Use and Quality of Information on Online Purchasing Decisions.” *International Journal of Scientific and Technology Research* 9, no. 4 (2020): 776.
- Rahayu, Puspita Dewi. “Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.” *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 6, no. 10 (2017): 4.
- Rahmah, Hadaita. “Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sophie Martin (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Surabaya).” UIN Sunan Ampel, 2019.
- Restuti, Nunik, and Marlina Kurnia. “Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan Transaksi, Kualitas Informasi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Secara Online Pada Marketplace Shopee.” *Borobudur Management Review* 2, no. 1 (2022): 24–40. <https://doi.org/10.31603/bmar.v2i1.6817>.

- Sahir, Syafrida Hafni. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: KBM Indonesia, 2022.
- Sarwono, Jonathan. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Graha Ilmu, 2006.
- Sasambe, Greini, James D. D. Massie, and Mirah Rogi. "Pengaruh Produk, Harga, Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Di Freshmart Superstore Bahu Manado Terkait Penerapan Protokol Kesehatan Dalam Pencegahan Covid19 (Studi Pada Konsumen Freshmart Superstore Bahu Manado)." *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 11, no. 3 (2023): 188. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.48358>.
- Sati, Ratna Asri Saras. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card)." *Jurnal Syntax Transformation* 4, no. 4 (2020): 7–8. <https://doi.org/10.46799/jst.v4i4.710>.
- Sawhani, Dhiraj Kelly. *Keputusan Pembelian Online: Kualitas Website, Keamanan, Dan Kepercayaan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021.
- Selfia, Selli, Hafiza Adlina, and Selli Selfie. "Effect Of Price, Perceived Easy Of Use, E-Wom On Purchase Decision Of Tiktok Shop In Medan." *Journal Boas : Business, Economics, Accounting And Management* 01, no. 01 (2023): 110–18.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga*. Perilaku Konsumen. Prenada Media, 2019. <https://books.google.co.id/books?id=DZLyDwAAQBAJ>.
- Setianingsih, NF, and N Nurhadi. "Pengaruh Persepsi Harga, Keragaman Produk Dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)* 05, no. 01 (2016): 86.
- Shinta, Agustina. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011. <https://books.google.co.id/books?id=5OiZDwAAQBAJ>.
- Shopee, Admin. "Cegah Penipuan Bersama Shopee." Shopee, 2024. <https://seller.shopee.co.id/edu/article/5548>.
- Sofyani, Shani Wulandari. "Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Akses Wifi Pondok (Studi Kasus Pada Santri Pondok Pesantren Al Amien Ngasinan Rejomulyo Kediri)." Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2021.
- Srimulyo, Koko. *Pemasaran Informasi*. Surabaya: Airlangga University Press, 2023. https://books.google.co.id/books?id=_yapEAAAQBAJ.
- Sriningsih, Mega, Djoni Hatidja, and Jantje D Prang. "Penanganan

- Multikolinearitas Dengan Menggunakan Analisis Regresi Komponen Utama Pada Kasus Impor Beras Di Provinsi Sulut.” *Jurnal Ilmiah Sains* 18, no. 1 (2018): 18. <https://doi.org/10.35799/jis.18.1.2018.19396>.
- Sugiyono, and Puji Lestari. *Metosw Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, Analisis Teks, Cara Menulis Artikel Untuk Jurnal Nasional Dan Internasional)*. CV. Alfabeta. Bandung: Cv. Alfabeta, 2021. <https://doi.org/10.14710/jdep.1.3.35-45>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2023, <https://books.google.co.id/books?id=0xmCnQAACAAJ>.
- Sujarweni, V Wiratna. *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian Mahasiswa Dan Umum*. Yogyakarta: Ardana Media, 2008.
- Sukwika, Tatan. *Menentukan Populasi Dan Sampling. Metode Penelitian “Dasar Praktik Dan Penerapan Berbasis ICT,”* 2023. <https://www.researchgate.net/publication/373137498>.
- Susanto, Rudy. “Pengaruh Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Di Tangerang Selatan.” *JABE (Journal of Applied Business and Economic)* 7, no. 4 (2021): 454. <https://doi.org/10.30998/jabe.v7i4.10038>.
- Sutrisno, Niantoro, and Anisya Dwi Haryani. “Influence of Brand and Product Quality on Customer’S Buying Decision in South Cikarang Bekasi Regency.” *Jurnal Lentera Bisnis* 6, no. 1 (2017): 85. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v6i1.169>.
- Syaefudin. “Analisis Persepsi Kepuasan Pengguna Lulusan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid Bogor Periode 2015-2021.” *Https://Jurnal.Febi-Inais.Ac.Id/Index.Php/SahidBusinessJ* 3, no. 2 (n.d.): 32–33.
- Tanjaya, Stevano Christover, Lisbeth Maneke, and Hendra Tawas. “Pengaruh Kualitas Informasi, Kepercayaan Dan Kemudahan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vape Di Instagram.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 7, no. 4 (2019): 49343. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/25701>.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset, 2008.
- Tjiptono, Fandy, and Gregorius Chandra. “Service, Quality Dan Satisfaction.” *Yogyakarta: Andi Offset*, 2016, 18–24.
- Tsani, Syahru. “Pengaruh Fitur Paylater , Spinjam Dan Affiliate Terhadap Minat Kasus Pengguna Shopee Pada Mahasiswa FEBI UIN SATU Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah.” *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6, no. 1 (2024): 183–85. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i1.160>.

- Wahyuni, Sari, Herry Irawan, and Endang Sofyan. "The Influence of Trust, Easy of Use and Quality Information on Purchase Decision on Online Fashion Site Zalora.Co.Id." *E-Proceeding of Management* 4, no. 2 (2017): 1405–12.
- Wijaya, Desy. *Marketplace Pedia*. Yogyakarta: Laksana, 2020. <https://books.google.co.id/books?id=wjQnEAAQBAJ>.
- Yogasuria, Chika Octavianti. "INFLUENCE OF ADVERTISING, PRICE, AND QUALITY OF SERVICE ON PURCHASE DECISIONS ON THE SHOPEE APPLICATION (Studies at State University of Jakarta Students)." *Sustainability (Switzerland)* 11, no. 1 (2019): 22. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciu rbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484 _SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI.
- Yusuf, A. Muri. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Prenada Media, 2016. <https://books.google.co.id/books?id=RnA-DwAAQBAJ>.
- Zahriyah, Aminatus, Suprianik, Agung Parmono, and Mustofa. *Ekonometrika Teknik Dan Aplikasi Dengan SPSS*. Edited by SUWIGNYO WIDAGDO. Mandala Press. Jember: Mandala Press, 2021.