

DAFTAR PUSTAKA

- Adhawiyah, N., & Yuniati, T. (2018). Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(Juni), 20.
- Adi S., & Rahmadewi P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Informasi Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli *Online* Di Lazada. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(4), 446.
- Agustina, M., Tholok, F. W., & Handry, H. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Pada Situs Jual Beli Tokopedia (Studi Kasus Wilayah Tangerang). *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(3), 1. <https://doi.org/10.31253/pe.v17i3.184>
- Ariella, I. R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid. *Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 3(2), 214–221.
- Asenahabi, A. B., & Ikoha, A. P. (2023). Scientific research sample size determination. *The International Journal Of Science & Technoledge*. 11(7). 8 – 12.
- Asyifa, N. N. (2020). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas informasi, Kualitas Layanan Dan Kemudahan Pengguna Terhadap Kepuasan Pengguna sistem informasi Akademik Mahasiswa (SIAM) Universitas Brawijaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 10–27.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2022*. Publikasi Badan Pusat Statistik
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik eCommerce 2022/2023*. Publikasi Badan Pusat Statistik
- Baharuddin., D. (2022). Pengambilan Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee Pada Mahasiswa STIEM Bongaya. *Jurnal Manejemen Perbankan Keuangan Nitro (JMPKN)*, 5(1), 33–54.
- Baharuddin, & Said H. A., (2022). Pengaruh Persepsi Dan Kepercayaan Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee Pada Mahasiswa Stiem Bongaya. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro (JMPKN)*, 5(1), 33–54.

- Banamtuan, I. O., & Suhardi. (2023). Pengaruh Kualitas Barang dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Preloved dalam Media Sosial Facebook di Batam. *ECo-Buss*, 5(3), 1014–1025.
- Bungin, B. (2012). *Metodologi_Penelitian_Kuantitatif* (2nd ed., Vol. 2). Prenada Media Grup (Kencana) .
- Devi, D. A. C. R., & Indiani, N. L. P. (2023). Pengaruh E-Service Quality, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Lazada Di Era Covid-19. *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 6(1), 53–67.
- Ghozali I., (2014). *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit. UNDIP
- Gravetter, F., & Forzano, L.-A. (2018). *Research Methode for the Behavioral Sciences* (6th ed.). Cengage Learning Asia.
- Irawan A. Y. (2020). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kfc Di Kota Bengkulu. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15(1), 95–107.
- Iriani, A. (2022). Pengaruh Kualitas Website, Kualitas Informasi dan E-Wom terhadap keputusan pembelian di Surakarta. Tesis. Universitas Tunas Pembangunan Surakarta.
- Kamilullah, J., Kusyanti, A., & Aryadita, H. (2018). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan, dan Reputasi Terhadap Loyalitas Konsumen Online Shop Dalam Pembelian Produk di Toko XYZ. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer (J-PTIIK) Universitas Brawijaya*, 2(7), 2660–2669.
- Kimkuri, W., & Buntu, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi Kota Jayapura. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2-3.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing* (8th ed.). Pearson.
- Kusnendi. (2008). *Model-model Persamaan Struktural*. Alfabeta.
- Lailiya, N. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 2(2), 113. <https://doi.org/10.51804/iej.v2i2.764>
- Latan, H. (2013). *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20*. Penerbit Alfabeta.
- Lestari, I. T., & Widyastuti, W. (2019). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Belanja Online (Studi Pada Pengguna Tokopedia). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7, 1–2.

- Marpaung, F. K., Arnold, M. W., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen, LMII Medan*, 7(1), 49–64.
- Marpaung, F. K., Willy, M., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 49–64. <http://ejournal.lmiimedan.net>
- Mashuri. (2008). *Penelitian Verifikatif Edisi Pertama*. 1(1). Penerbit Andi.
- McKnight. (2002). The Impact of Initial Consumer Trust on Intention to Transact with a Website: A Trusting Building Model. *Journal of Strategic Information System*, 11, 3–4.
- Nofta M. A., Feriyansyah, A., & Venanza, S. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone*. 3(1), 44–53.
- Putra, A. (2021). Faktor – Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kepercayaan Konsumen Dan Implikasinya Pada Minat Pembelian Ulang Produk Sunnygold (Studi Kasus Pada Konsumen SunnyGold Di Jakarta Selatan). *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 2(1), 196. <https://doi.org/10.22441/jdm.v3i2.10205>
- Rahayu, S. (2021). Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-commerce Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Informatika Angkatan 2020 Universitas Mahakarya Asia PSDKU Baturaja). In *Journal Management* (Vol. 20, Issue 1).
- Riadi, E. (2016). *Statistika Penelitian (Analisis Manual dan IBM SPSS) Edisi 1*. Penerbit Andi.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2013). *Consumer behavior* (10th ed.). Pearson Education.
- Sekaran, U. (2006). *Research Methode for Bussiness*. Salemba Empat.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*. Salemba Empat.
- Septiani, L. (2023, March 28). Perbandingan Jenis Konsumen Shopee, Tokopedia, JD.ID hingga Lazada. Katadata. <https://katadata.co.id/digital/e-commerce/64227f7341188/perbandingan-jenis-konsumen-shopee-tokopedia-jdid-hingga-lazada>
- Setyariningsih, E. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (E-Commerce) Lazada Di Kota Mojokerto. *Bisman*

- (*Bisnis & Manajemen*): *The Journal Of Business and Management*, 2(2), 150–164.
- Setyowati, D. (2023, March 23). Daftar Produk Terlaris di Shopee, Tokopedia, Blibli hingga Lazada. Katadata. <https://katadata.co.id/digital/e-commerce/6423b0483404e/daftar-produk-terlaris-di-shopee-tokopedia-blibli-hingga-lazada>
- Sinaga, R., Simanihuruk, P., & Tamba, D. (2023). 3132-Article Text-9043-1-10-20231031. *Kumpulan Karya Ilmiah Manajemen*, 2(2), 221–235.
- Soegoto, H., Handoko, Y., Wahab, D., & Wahdiniwaty, R. (2015). Development Strategy Model of MSME At Bandung District Based On E-Media To Improve Business Process. *Full Paper Proceeding ETAR-2015*, 2, 87–97.
- Soegoto, H. (2021). Online Shopping Pattern of Bandung Citizens. *International Journal of Entrepreneurship & Technopreneur (INJETECH)*, 1, 45–52.
- Sudijono, A. (2008). *Pengantar Statistik Pendidikan*. PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tarida, R., Simanihuruk, P., & Tamba, D. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, Kualitas Informasi, Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion online* Di Medan Melalui Aplikasi Shopee. *KUKIMA : Kumpulan Karya Ilmiah Manajemen*, 2(2), 89.
- Tejada, J. J., & Punzalan, J. R. B. (2012). On the misuse of Slovin's formula. *The philippine statistician*, 61(1), 129-136.
- Tyas, P., T., Winadi A.; Nurhasanah, N. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kemudahan Pada Situs Jual Beli Online. *Jurnal Ekonomi*, 10(1).
- Wahdiniwaty, R., & Esertha, G. (2019). E-commerce Technology in Agricultural World. *Proceedings of the 1st International Conference on Informatics, Engineering, Science and Technology, INCITEST 2019*, 1(1).
- Wahdiniwaty, R., & Wijayanti, U. (2016). Pengaruh Kelompok Acuan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas Eksport Pada Pt. Eksonindo Multi Product Industry di Bandung. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen (JIMM)*, 2(1).
- Wijanto, S. (2008) *Structural Equation Modeling dengan Lisrel 8.8*. Graha Ilmu.
- Yamane, T. (1967). *Elementary sampling theory*. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall.

Zharfaningrum, D., Hidayatullah, S., Khouroh, U., Windhyastiti, I., & Waris, A. (2020). Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis Determinan Keputusan Pembelian Online di Instagram. *Jsmb*, 7(2), 169–178.