

DAFTAR PUSTAKA

- Afika, A., & Pasulu, I. (2023, June). Pengaruh Online Shop Terhadap Minat Beli Barang Secara Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Toraja. In *Prosiding Seminar Nasional Manajemen dan Ekonomi* (Vol. 2, No. 1, pp. 257-265).
- Al Hakim, R., Mustika, I., & Yuliani, W. (2021). Validitas dan reliabilitas angket motivasi berprestasi. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 263-268.
- Arfah, Y. (2022). Keputusan Pembelian Produk. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Ardialis, M. B., & Hayani, N. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Online pada Lazada oleh Masyarakat Kota Pekanbaru. *IJBEM: Indonesian Journal of Business Economics and Management*, 2(1), 1-8.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada marketplace: Kualitas produk dan kualitas pelayanan (Literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211-224.
- Databoks.Katadata.Co.Id.<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023> (Pada 20 agustus 2023)
- Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023> diakses pada tanggal 15 oktober pada pukul 20.58
- Ermawati. (2022). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee. *Ekonomi Bisnis*, 5(7), 8
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi OVO. *Jurnal Manajemen STEI*, 3(02), 27-37
- Ermawati. (2022). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee. *Ekonomi Bisnis*, 5(7), 8

- Fandiyanto, R., Sularso, R. A., & Irawan, B. (2018). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Ketanggapan, Harga dan Reputasi Perusahaan terhadap Kepercayaan dan Keputusan Pembelian Produk Kerajinan Danbo Secara Online. *Growth*, 15(1), 54-71.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Halim, A., & Tyra, M. J. (2021). Pengaruh Online Consumer Review Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Marketplace Shopee. *Buletin Ekonomi: Manajemen, Ekonomi Pembangunan, Akuntansi*, 18(1), 99-120.
- Harahap, D. A. (2018). Perilaku belanja online di Indonesia: Studi kasus. *JRMSI- Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(2), 193-213
- Hendiana, R., & Aly, A. D. (2016). Transaksi jual beli online perspektif ekonomi islam. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 3(2).
- Ibnul Jauzi Abdul Caesar. (2017). Analisis Prilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Alat Musik Perspektif Ekonomi Islam Islam : Studi Pada Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan.
- Iskandar, D., & Nasution, M. I. B. (2019, October). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i FEB UMSU). In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, pp. 128-137).
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31-42.
- Jefryansyah, J., & Muhajirin, M. (2020). Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Barang Secara Online. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(1), 85-94.
- Julisar, J., & Miranda, E. (2013). Pemakaian e-commerce untuk usaha kecil dan menengah guna meningkatkan daya saing. *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 4(2), 638-645.
- Kompas.com Diakses dari <https://jeo.kompas.com/shopee-atau-tokopedia-mana-yang-juara-di-hati-gen-z> pada tanggal (18 November 2023)

- Lucyanda, J. (2010). Pengujian Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory Planned Behavior (TPB). *JRAK: Jurnal Riset Akuntansi Dan Komputerisasi Akuntansi*, 1(2), 1-14
- Muhammad, M. M. (2020). Transaksi E-Commerce Dalam Ekonomi Syariah. *El-Iqthisady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 76-86.
- Mulyana, S. (2021). Pengaruh harga dan ulasan produk terhadap keputusan pembelian produk fashion secara online pada shopee di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 185-195.
- Muri Yusuf, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan. (Jakarta : Prenamedia Group, 2014), Hlm. 62
- Niken Ayu Lestari dan Sri Setyo Iriani, Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Mataharimall.Com, *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 6 Nomor 1(2018)*
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., & Asir, M. (2023). Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(1), 183-188.
- Nurjannah, A., Hartini, T., & Azwari, P. C. (2022). Pengaruh Bi Rate, IHK, Dan JUB (M2) Terhadap NAB Reksadana Pada Masa Pandemi Covid-19 di Indonesia. *MBIA*, 21(2), 174-183.
- Prayuda, Y., & Anwar, S. (2023). Pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan harga terhadap keputusan pembelian online pada konsumen shopee di kota padang. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 3(2), 630-646.
- Prof. Dr. Imam Ghozali (2020). 25 Grand Theory Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi dan Bisnis. Semarang : Yoga Pratama, hlm.107
- Prof. Dr. Imam Ghozali (2020). 25 Grand Theory Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi dan Bisnis. Semarang : Yoga Pratama, hlm.110
- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah, F. (2020). Pengaruh harga, keamanan dan promosi terhadap keputusan pembelian toko online lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 1-10.
- Posted on februari 17,2012 <https://www.unpas.ac.id/apa-itu-e-commerce> (diakses oktober 2023)

- Rahayu, H., Sismanto, A., & Arianto, T. (2020). The Effect Of Prices, Product Reviews, Ease Of Use, And Security Of Transactions On Purchasing Decisions Online In Shopee Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan Penggunaan, Dan Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Shopee. *J. Bima (Business, Manag. Accounting)*, 1(1), 34-48.
- Rifani, A., Albushairi, S. A., & Huda, N. (2018). *Perilaku Konsumen (Teori Dan Aplikasi Pada Riset Pemasaran)*.
- Santi, I. H., & Erdani, B. (2021). *Technology Acceptance Model (TAM)*. Penerbit NEM, 2021
- Sarwani, F. S. R. Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace Shopee Di Kota Surabaya.
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada perusahaan A-36. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 45-53.
- Shopee, "TentangShopee", diakses dari <https://www.gramedia.com/literasi/pendiri-shopee/> pada 8 Desember 2023
- Stevanus, A., & Pratiwi, R. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Pembayaran dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia.
- Sutedjo, A. S. (2021). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Serta Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Konsumen Belanja Online Shopee. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi dan Manajemen Tri Bisnis*, 3(2), 165-178.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, hlm.80
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, hlm.81
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, hlm.84-85
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, hlm.142
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, hlm.93

- Syafrida Hafni Sahir. (2021). *Metodologi Penelitian*. Banguntapan,Bantul-Jogjakarta: KBM INDONESIA , hlm 51-52
- Syafrida Hafni Sahir. (2021). *Metodologi Penelitian*. Banguntapan,Bantul-Jogjakarta: KBM INDONESIA , hlm. 53
- Syafrida Hafni Sahir. (2021). *Metodologi Penelitian*. Banguntapan,Bantul-Jogjakarta: KBM INDONESIA , hlm. 53-54
- Tahap Proses Keputusan Pembelian Konsumen - Kompas.com
<https://amp.kompas.com/skola/read/2022/02/11/120000069/tahap-proses-keputusan-pembelian-konsumen>
- Tangkary, S. (2019). Kemkominfo: Pertumbuhan e-Commerce Indonesia Capai 78 Persen. Kominfo. go. id. Diakses dari https://www.kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesiacapai-78-persen/0/sorotan_media. pada tanggal (20 Agustus 2023)
- Yen, Fatahila. (2022). Menengok Perkembangan e-commerce di indonesia. Diakses dari <https://www.atome.id/blog/menengok-perkembangan-e-commerce-di-indonesia>. (pada 20 agustus 2023)
- Yuliara, I. M. (2016). Regresi linier berganda. Denpasar: Universitas Udayana
- Zahroh, A., Septiana, A., & Arief, R. Z. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pinjaman Online Spaylater pada Mahasiswa di Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 15(1), 55-62.