

DAFTAR PUSTAKA

- Aldrin, N. (2017). Analysis of Product Buying Decision on Lazada E-commerce based on Previous Buyers' Comments. *Jurnal European Researcher*, 8(2), 70–77. <https://doi.org/10.13187/er.2017.2.70>
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Amelisa, L., Yonaldi, S., & Hesti, M. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gula Tebu (Studi Kasus Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 7(3), 1–13.
- Ayuningtiyas, K., & Gunawan, H. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 2(1), 152–165.
- Badan Pusat Statistik. (2021). Persentase Penduduk Usia 5 Tahun ke Atas yang Pernah Mengakses Internet dalam 3 Bulan Terakhir Menurut Kelompok Umur (Persen), 2018-2020. *Badan Pusat Statistik*.
- Bahri, S., & Zamzam, F. (2015). *Model Penelitian Kuantitatif Berbasis SEM-AMOS* (1st ed.). C.V Budi Utama.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Farki, A., Baihaqi, I., & Wibawa, B. M. (2016). Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*, 5(2), 614–619.
- Ferdinand, A. (2002). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris* (Edisi-2). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haekal, A., & Widjajanta, B. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Membeli Secara Online pada Pengunjung Website Classifieds di Indonesia. *Journal of Business Management and Education*, 1(1), 181–193.
<http://ejournal.upi.edu/index.php/JBME/article/view/2287/1586>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate*

Data Analysis (7th ed.). Pearson.

- Hanum, N. (2017). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kota Kuala Simpang. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 1(1), 72–86.
- Hoyer, W. D., & Macinnis, D. (2010). *Consumer Behavior*. Cengage Learning.
- Kaya, A., & Aydin, Ö. (2019). E-commerce in Turkey and sap integrated e-commerce system. *International Journal of EBusiness and EGovernment Studies*, 11(2), 207–225. <https://doi.org/10.34111/ijebe.20191128>
- Kompas.com. (2021). *Tokopedia Geser Shopee, Ini 10 Marketplace Paling BanyakDikunjungi*.
<https://www.kompas.com/tren/read/2021/09/27/120500665/tokopedia-geser-shopee-ini-10-marketplace-paling-banyak-dikunjungi?page=all>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Lackermair, G., Kailer, D., & Kanmaz, K. (2013). Importance of Online Product Reviews from a Consumer ' s Perspective. *Jurnal Advances in Economics and Business*, 1(1), 1–5. <https://doi.org/10.13189/aeb.2013.010101>
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online Costumer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla. *Jurnal Mirai Managemnt*, 6(1), 139–154. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai>
- Ling, K. C., Chai, L. T., & Piew, T. H. (2010). The Effects of Shopping Orientations, Online Trust and Prior Online Purchase Experience toward Customers' Online Purchase Intention. *International Business Research*, 3(3), 63–76. <https://doi.org/10.5539/ibr.v3n3p63>
- Mahfud, M. A. G., & Soltes, V. (2016). Effect Of E-Service Quality On Consumer Interest Buying (Case Study On The Website Korean Denim). *IOSR Journal of Economics and Finance*, 07(04), 61–67. <https://doi.org/10.9790/5933-0704016167>
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model Of Organizational Trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734.
- Muliasari, D. (2019). The Effect of Product Price and Product Quality on Purchasing Decisions for Samsung Brand Handphones Among Stie Aas Surakarta Students. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBA)*, 3(4), 501–506. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v3i04.805>
- Muzdalifah, L., & Syafi'i, M. I. (2020). Pengaruh Pendapatan dan Motivasi

Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada PKL di Jalan Gadung Fajar Pada Masa Pandemi COVID-19. *Greenomika*, 2(1), 1–9.

- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/3594/3325>
- Oscardo, J., Purwati, A. A., & Hamzah, M. L. (2021). Inovasi Produk , Persepsi Harga , Pengalaman Konsumen dan Strategi Positioning dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Pada Pada PT. Cahaya Sejahtera Riau Pekanbaru. *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 64–75.
- Pradwita, R. B. R. P., Handoko, Y., & Rachmawati, I. K. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Pada Website www.Laroslaptop.Com Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(2), 212–220. <https://doi.org/10.31846/jae.v8i2.312>
- Rahmadi, H., & Malik, D. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Tokopedia.Com Di Jakarta Pusat. *Jurnal Ilmiah Untuk Mewujudkan Masyarakat Madani*, 3(1), 126–145.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. (2003). *Ilmu Mikro Ekonomi*. Erlangga.
- Setyarko, Y. (2016). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online. *Ekonomika Dan Manajemen*, ISSN: 2252-6226, 5(2), 128–147.
- Sudjatmika, F. V. (2017). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.Com. *Manajemen & Bisnis*, 5(1), 1–7.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suyanto, M. (2003). *Strategi Periklanan Pada E-commerce Perusahaan Top Dunia*. Andi Offset.
- Syahrir, Danial, Yulinda, E., & Yusuf, M. (2020). *Aplikasi Metode SEM-PLS dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Lautan*. Penerbit IPB Press.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2003). *Total Quality Management (TQM)* (Revisi). C.V Andi Offset.
- _____. (2016). *Pemasaran*. C.V Andi Offset.

- Utami, I. W. (2017). *Perilaku Konsumen : Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*. C.V Pustaka Bengawan.
- Wibowo, D. (2012). Dimensi Nilai Jasa Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Dampaknya Pada Loyalitas (Studi Pada Bank Bca Cabang Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(1), 9–24. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.7.1.9-24>
- Wulandari, D. (2020). Analysis of The Influence of Price, Service Quality, and Brand Image Towards Buying Decisions in Gojek Application (Case Study in Jatiranggon, Bekasi). *International Journal of Advanced Research*, 8(3), 557–566. <https://doi.org/10.21474/ijar01/10664>
- Yunita, N. R., Sumarsono, H., & Farida, U. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Bukalapak (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo). *ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 90–105. <https://doi.org/10.24269/iso.v3i1.243>

