

## DAFTAR PUSTAKA

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>

Agustiningrum, D. (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>

Alatas, A. N., & Hidayatullah, D. S. (2019). Pengaruh Perceived Risk Dan Ease of Use Terhadap Kepercayaan Dan Keputusan Pembelian ( Studi Kasus Pengguna Situs Belanja Online Bukalapak. *E-Proceeding of Management*, 6(2), 2668–2677.

Andika. (2019). *Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online ( Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Budi Luhur & Akademi Sekretari Budi Luhur Pengguna Situs Belanja Online Tokopedia . Com )*. 1–8.

Anita, T. L. (2019). The Effect of Perceived Quality in E-commerce to Customer Loyalty (WOM, INTENT, TRUST) Through Customer Satisfaction. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 4(1), 29–39. <https://journal.ubm.ac.id/index.php/hospitality-pariwisata/article/view/1520%0Ahttps://journal.ubm.ac.id/index.php/hospital>

ity-pariwisata/article/viewFile/1520/1293

Dewi, R., Purnamasari, A., Sasana, H., & Novitaningtyas, I. (2021). *Pengaruh perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk, dan brand image terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran paylater*. 13(3), 420–430.

Frimayasa, A. (2022). Jurnal Ekonomi dan Bisnis , Vol . 11 No . 1 Juli 2022 E - ISSN. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 49–58.

Hasdani, H., Nasir, M., & Burhanuddin, B. (2021). Persepsi Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Users Di Kabupaten Bungo. *Jurnal Manajemen Sains*, 1(3), 187–196. <https://ojs.umb-bungo.ac.id/index.php/JMS/article/view/614>

Ihsan, M., & Siregar, A. P. (2019). Pengaruh E-service Quality Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Ojek Online Go-Ride dalam Aplikasi Go-Jek melalui Kepercayaan Konsumen di Kota Jambi. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 4(1), 170. <https://doi.org/10.33087/jmas.v4i1.85>

Izzah, N. N., Budiarmo, A., & Listyorini, S. (2022). Pengaruh E-Service Quality, Perceived Ease Of Use, dan Brand Trust terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Pizza Hut Delivery Pekalongan). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(1), 50–58. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.33375>

Rahmizal, M., & Yuvendri, R. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Di Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 04(03), 403. <https://doi.org/10.31575/jp.v4i3.336>

Rohmah, W. (2021). *KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE KONSUMEN SHOPEE DAN FAKTOR YANG MEMPENGARUHI*. 5(1), 89–105.

Surveyandini, M., Hartiti, N., & Arinastuti. (2022). Analisis Keputusan Pembelian Ulang Pelanggan Yang Menggunakan Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 342–352.

Susanto, D., Fadhilah, M., & Udayana, B. I. N. (2021). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Konsumen Shopee Di Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 89(2), 89–97.

Widhiaswara, I. A., & Soesanto, H. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Gofood di Kota Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 19(2), 114–125.  
<https://doi.org/10.14710/jspi.v19i2.114-125>

Wijaya, E., & Warnadi. (2019). Factors Affecting Online Purchase Decisions At Shopee: Effect of E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(2), 152–164.  
<http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/index>

Winadi, A. A., Tyas, P., Nurhasanah, N., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2019). *Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kemudahan Pada Situs Jual Beli Online*. 10(1), 61.

Aryatama, A. (2019). Tugas 2 Matakuliah Teknologi E-business-Analisis E-commerce Bibli. com. Diakses tanggal 20/10/2023 from: <https://osf.io/xqrk7/download>.

Maulana, M. A., Armeinita, N., & Risqiani, R. (2023). Pengaruh social interactivity antara customer engagement behavior dan brand loyalty. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 20(01), 45-54.

Munfaqiroh, S., & Dea, D. W. A. D. R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 15(1), 122-132.

Rosdiana, M. (2019). *Pengaruh kualitas pelayanan dan perceived value customer terhadap kepuasan pelanggan pada jasa tata rias di Olivia Beauty Salon Desa Kebon Ayu Kecamatan Gerung* (Doctoral dissertation, UIN Mataram).