

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat Adi. (2023, October 11). *Tren Pengunjung E-Commerce Kuartal Iii 2023, Shopee Kian Melesat*. Databoks. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2023/10/11/Tren-Pengunjung-E-Commerce-Kuartal-Iii-2023-Shopee-Kian-Melesat>
- Alfina, H. (2022). *Pengaruh Harga, Kepercayaan Konsumen, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee*. <https://Eprints.Iain-Surakarta.Ac.Id/3172/>
- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Budiwati, H. (2012). Implementasi Marketing Mix Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Unggulan Keripik Pisang Di Kabupaten Lumajang. *Jurnal Wiga*, 2(2), 29–44. <https://doi.org/10.30741/Wiga.V2i2.68>
- Cindy Mutia Annur. (2023). *Pengguna Internet Di Indonesia Tembus 213 Juta Orang Hingga Awal 2023*. Databoks. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2023/09/20/Pengguna-Internet-Di-Indonesia-Tembus-213-Juta-Orang-Hingga-Awal-2023>
- Dahe, Z., & Rehatta, G. (2024). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi E Commerce Shopee. *Jurnal Jendela Pengetahuan*, 17, No. 1(April), 11–21. <https://doi.org/10.30598/Jp17iss1pp11-21>
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan Spss (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji T, Uji F, R2)*. Guepedia. https://books.google.co.id/books?id=Acpleaaaqbaj&hl=id&source=gbs_navlinks_s
- Dwijantoro, R., Dwi, B., & Syarief, N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 63. <https://doi.org/10.21460/Jrmb.2021.162.392>
- Fajrin Laelatul, G. W. (2022). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Pengguna Shopeedi Daerah Jakarta Timur. *Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 2, 222–233.
- Fajrin Laelatul, & Wasis, G. (2022). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Pengguna Shopee Di Daerah Jakarta Timur. *Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 2.

- Ghozali, I. (2020). *25 Grand Theory: Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis (Untuk Landasan Teori Skripsi, Tesis Dan Disertasi) / Prof. Dr. Imam Ghozali, M.Com.* Yoga Pratama.
- Heptariza, A., Komang Prasiani, N., & Darmawan, A. J. (2023). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna Marketplace Shopee Di Kota Denpasar, Bali). In *Journal Of Applied Management Studies (Jamms)* (Vol. 4, Issue 2). <https://doi.org/10.51713/jamms.v4i2.76>
- Hesti Noor Fatimah, & Andri Nurtantiono. (2022). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Aplikasi Shopee). *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(1), 106–113. <https://doi.org/10.56338/jsm.v9i1.2330>
- Indraswara, A. P., & Surianto, M. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Food (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Umg 2019-2019). *Jurnal Ilmiah Research And Development Student (Jis)*, 1(2), 163–177. <https://doi.org/10.59024/jis.v1i2.398> Pengaruh
- Istiqomah, Hidayat, Z., & Jariah, A. (2019). *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Iklan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Di Situs Shopee Di Kota Lumajang. Vol. 2 No. 1 (2019): Transformation Of Accounting & Business In Era Revolution Industri 4.0.* <https://proceedings.itbwigalumajang.ac.id/index.php/progress/article/view/206/193>
- Kasmir. (2017). *Customer Services Ekcellent Teori Dan Praktik* (1st Ed.). Pt Raja Grafindo Persada .
- Khamimah, W. (2024). *Analisis Kepercayaan Konsumen Milenial Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Fashion.* 8(1), 37–42. <https://doi.org/10.32764/margin.v8i1.4553>
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2008). *Manajemen Pemasaran* (Edi Maulana & Wibi Hardani (Eds.); 13th Ed.). Erlangga.
- Lasfiana, E., & Elpanso, E. (2023). Pengaruh Harga, Kepercayaan, Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Tiktok Shop. *Management Studies And ...*, 4(6), 7657–7667. <https://doi.org/10.37385/msej.v4i6.3238>
- Maharani, A. T., Manajemen, P., Ekonomi, F., Bisnis, D., Ikhwan, M., Haeruddin, M., Ilham, M., Haeruddin, W., Manajemen, B. P., & Ruma, Z. (2023). Pengaruh Promosi Digital Terhadap Keputusan Pembelian Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Monerastore Kabupaten Gowa. *Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(4), 184–204. <https://jebiman.joln.org/index.php/jebiman/article/view/31>

- Mahardhika, W. T., Fauzi, A., Lestin, A., Supu, A., Purnama, L. G., Fadilah, S., & Airani, V. (2023). Pengaruh Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Pada Marketplace Shopee (Studi Pustaka Manajemen Sekuriti). *Ilmu Multidisiplin*, 2(1), 121–129. <https://doi.org/10.38035/Jim.V2i1>
- Mahmud, A. (2023). Analisis Pengaruh Promosi Digital Dan Kualitas Layanan Aplikasi Go-Food Terhadap Keputusan Pembelian. *Jesya*, 6(1), 258–271. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V6i1.921>
- Mayangsari, M., & Aminah, S. (2022). Pengaruh Penilaian Produk, Promosi Dan Layanan Cod (Bayar Di Tempat) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Sidoarjo. *Ekonomis: Journal Of Economics And Business*, 6(2), 498. <https://doi.org/10.33087/Ekonomis.V6i2.592>
- Nugraha, F., & Kurniawan, H. (2023). Pengaruh Promosi Digital Terhadap Peningkatan Penjualan Bagi Wirausaha Di Bidang Konveksi Melalui Media Sosial. *Jurnal Minfo Polgan*, 12, 966–978. <https://doi.org/10.33395/Jmp.V12i2.12541> E-ISSN
- Nurakhmawati, R., Purnamawati, A., & Fahmi, I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan E-Commerce Shopee Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 191–204. <https://doi.org/10.32670/Coopetition.V13i2.1881>
- Pelengkahu, M. R., Tumbuan, W. J. F. ., & Roring, F. (2023). Pengaruh Promosi, Physical Evidence, Harga Pemasaran Digital terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Di Kota Manado. *Jurnal Emba Vol 11 No 1 Februari 2023*, 11(1), 786–797. <https://doi.org/10.35794/Emba.V11i1.46181>
- Pramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen. In *Widya Gama Press*.
- Priansa, J. D. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Puanda, F., & Rahmidani, R. (2021). Pengaruh Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Aplikasi Shopee. *Jurnal Ecogen*, 4(3), 367. <https://doi.org/10.24036/Jmpe.V4i3.11507>
- Purba, D. S., Tarigan, W. J., Sinaga, M., & Tarigan, V. (2021). Pelatihan Penggunaan Software Spss Dalam Pengolahan Regresi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Karya Abadi*, 5, 5–24. <https://doi.org/10.22437/Jkam.V5i2.15257>

- Purwati, S. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Di Warung Makan Bu Sarah)*. <https://lib.unnes.ac.id/55384/>
- Putri, Destiara Anggita. (2022). *Memahami Pengertian Dan Cara Membuat Kerangka Konseptual*. <https://katadata.co.id/agung/lifestyle/639f7f257acbd/memahami-pengertian-dan-cara-membuat-kerangka-konseptual>
- Putri, I. A., Setyobakti, M. H., & Hidayat, Z. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Semeru. *Jobman : Journal Of Organization And Bussness Management*, 5(3), 157–166. <https://jkm.itbwigalumajang.ac.id/index.php/jrm/article/view/887>
- Revangelista Mambu. (2021). Kepercayaan Konsumen, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi E-Commerce Shopee Di Kota Tondano. In *Productivity* (Vol. 2, Issue 1). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32942>
- Riska Rabiana, & Baso Akib. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee (Studi Kasus: Pengguna Aplikasi Shopee). *Kajian Ekonomi Syariah*, 4, 16–33. <https://journal.parahikma.ac.id/el-iqtishod/article/view/115>
- Rozi, I. A. (2021). *Pengaruh Harga, Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee*. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4017>
- Sahatma, A., & Suprpto, B. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Perilaku Konsumen. *Serviens In Lumine Veritatis*, 1–15. https://digilib.itbwigalumajang.ac.id/index.php?p=show_detail&id=2204
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D Dan Penelitian Pendidikan)* (A. Nuryanto (Ed.); 3rd Ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2020a). *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis Dan Disertasi* (A. Nuryanto (Ed.); 5th Ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2020b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods)* (Sutopo (Ed.); 2nd Ed.). Alfabeta.
- Sulistyawati, N. (2021). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Di Kota Lumajang Kabupaten Lumajang*. Itb Widayagama Lumajang.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran* (2nd Ed.). Ghalia Indonesia.

- Syamsudin, S. (2022). *Pengaruh Online Customer Review, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee*. Itb Widya Gama Lumajang.
- Tamba, D. (2017). Aplikasi Theory Of Planned Behavior Untuk Memprediksi Perilaku Mahasiswa Membeli Laptop Lenovo. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 119–145.
- Tecoalu, M., Yonathan, K., Tj, H. W., Kristen, U., & Wacana, K. (2021). Minat Beli Memediasi Pengaruh E-Service Quality Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Ukrida 2017). *Of Economic, Business And Accounting*, 5, 75–80. <https://doi.org/10.31539/CoSting.V5i1.2596>
- Widyastuti, T. (2020). *Akuntansi Manajemen Pendekatan Studi Kasus (Pertama)*. Graha Ilmu.
- Wijaya, G. E., & Kuswoyo, C. (2022). Pengaruh Kemenarikan Desain Website Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee. In *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen* (Vol. 6, Issue 1). <http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/jibm>

