

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, puspitaningtyas Z. K. W. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif (1st ed.)*. PADIVA BUKU
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep dan Strategi*. Raja Grafindo Persada.
- Dedeh, K. (2021). *kepuasan konsumen* (R. Achmad (ed.); 1st ed.).
- Fadhillah, N. A., & Manggabarani, A. S. (2024). Pengaruh Kepercayaan Merek, Keamanan dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Ibu Rumah Tangga Di Dki Jakarta). *Ikraith-Ekonomika*, 7(1), 13–24. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i1.3276>
- Firmansyah, A. (2019). *PEMASARAN PRODUK DAN MEREK:PLANNING STRATEGY*.
- Fika Budi Aji Saputri. (2015). Pengaruh keamanan, kemudahan, dan resiko terhadap keputusan pembelian secara online di Tokopedia.com. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta. *Manajemen Pemasaran*.
- Fuadi, durotun nasikah selamat. (2022). ENGARUH PERSEPSI KEAMANAN, KEMUDAHAN BERTRANSAKSI, KEPERCAYAAN KONSUMEN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA. *Jurnal Manajemen*, 16.
- Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Ria Rahmatul Istiqomah, R. A. F. (2022). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. In *LP2M UST Jogja (Issue March)*.
- Joshua, D., & Padmalia, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 5(1), 27–32. <https://doi.org/10.37715/jee.v5i1.384>
- Kotler, Philip., dan Amstrong, G. (2014). *Principles of Marketin*, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran. Erlangga
- Kotler, Phillip., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua. Erlangga.

- Lupiyoadi, R., & Ikhsan, R. B. (2015). *Pratikum Metode Riset Bisnis*. salemba empat.
- Nasikah, D., & Fuadi, S. (2022). Tokopedia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah variabel-variabel tersebut memperkuat pengaruh keputusan pembelian pada. *Jurnal Manajemen*, 16(1), 162–173.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Bahtiar Sulistyan, R. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Widya Gama press
- Prof. Dr. Hotmaulina Sihotang, M. P. (2023). *metode penelitian kuantitatif* (D. E. M.M.Pd(ed.)).file:///C:/Users/HP/Downloads/Documents/MetodePenelitian Kuantitatif.pdf.
- Roisah, R., & Riana, D. (2016). Telaah Hubungan Citra Merek, Kualitas Produk Dan Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 4(1),100–107. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/ecodemica/article/view/351>
- Riyanto, & Wikarya, U. (2018). *statistika ekonomi dan bisnis* (1st ed.). Mitra Wacana Media
- Sugiyono. (2015). *metode penelitian kombinasi* (mixed method).
- Saidani, B., Lusiana, L. M., & Aditya, S. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Arifa, N., Hatono, & Palupi Robustin, T. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga serta Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswi STIE Widya Gama Lumajang). *Jurnal Riset Manajemen*, 1(1), 54. <http://jkm.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/jrm>
- Sari, N. E., & Oswari, T. (2020). PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ONLINE TOKOPEDIA. *Manajemen*, 3 Nomor 2, 34–46.
- Siburian, P. S., & Zainurossalamia, S. Z. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Kinerja : Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 13(2), 99–118. <http://journal.feb.unmul.ac.id>
- Siregar Syofian. (2017). *Metode Penelitian KUANTITATIF dilengkapi dengan perhitungan manual & SPSS*. PRENADAMEDIA GROUP.
- Sugiyono. (2022). *metode penelitian kuantitatif,kualitatif,dan r&d* (2nd ed.). ALFABETA

Tjiptono, F. (2014). Strategi Pemasaran. Penerbit Andi. Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). Pemasaran esensi & aplikasi. Andi Offset.

Tjiptono, F. (2019). *strategi pemasaran*. ANDI.

Tjiptono Fandy. (2019). *strategi pemasaran prinsip dan penerapan* (A. Diana(ed.); 1st ed.).

Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). Manajemen Pemasaran. Cv. Budi Utama.

Yunefa, A., & Sabardini, S. E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk , Harga , dan Iklan Terhadap Keputusan. 1(2), 171–186.

