

DAFTAR PUSTAKA

- Adityo, Benito. & Khasanah, Imroatul. (2011). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Situs Kaskus. Jakarta: Jurnal Ekonomi dan Bisnis. <http://eprints.undip.ac.id/29819/1/jurnal.pdf>
- Ardyanto, Denni., Susilo, Heru., Riyadi. (2015). Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Menggunakan E- Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei pada Konsumen www.petersaysdenim.com). Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 22 No. 1.
- Cahyaningrum, F. 2020. Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth, Celebrity Endorser dan Country of Origin terhadap Purchase Intention melalui Brand Image di Wardah Beauty House Semarang. HALA. Prosiding Konferensi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) Klaster Ekonomi.
- Caroline, S., & Tjiptodjojo, K. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Zalora. In *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains dan Teknologi* (Vol. 2, No. 1, pp. 958-958).
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2013). *eMarketing eXcellence: Planning and optimizing your digital marketing*. Routledge.
- Chalil, R. D. et al. (2020). *Brand, Islamic Branding, & Re-Branding* (1st ed.). Depok: Rajawali Pers.
- Chen, S. C., & Dhillon, G. S. (2003). Interpreting dimensions of consumer trust in e-commerce. *Information technology and management*, 4, 303-318.
- Chen, S. C., & Dhillon, G. S. (2003). Interpreting dimensions of consumer trust in e commerce. *Information technology and management*, 4, 303-318.

- Efrilia, S. (2016). Pengaruh Kemudahan Penggunaan ECommerce Terhadap Keputusan Pembelan Online (Studi Pada Konsumen Tokopedia.Com Di Kota Medan) [Skripsi]. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara.
- Fauzan, M. I., & Sujana, S. (2022). Pengaruh Kelengkapan Fitur Aplikasi, Kemudahan Transaksi, Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Pada Aplikasi TIX ID. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 2(1), 1-14.
- Firmansyah, M. A., (2019) *Pemasaran produk dan Merek: Planning dan strategy*. Qiara Media.
- Ghozali, Imam. (2005) *Aplikasi analisis multivariate*. Badan terbit Universitas Diponegoro.
- Grewal, L. dan Stephen, A.T. (2019), "*In mobile we trust: the effects of mobile versus nonmobile reviews on consumer purchase intentions*", *Jurnal Riset Pemasaran*, Vol. 56 No. 5, hlm. 791-808.
- Hanyda. (2020). *Pengaruh Promosi, Kemudahan, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Sistem E-Commerce Shopee*. SKRIPSI: Ponorogo, Institut Agama Islam Negri Ponorogo.
- Hartono, C., Silintowe Y. B. R., & Huruta, A. D. (2021). Ease of transaction and e-service quality of e-commerce platform on online purchasing decision. *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, 13(2), 81-93.
- Hastoko, Y. P., & Wati, W. R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Burger King Trans Studio Mall Cibubur. *Humantech: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(01), 188-203.

- Hung, S. W., Cheng, M. J., & Lee, C. J. (2022). A new mechanism for purchasing through personal interactions: fairness, trust and social influence in online group buying. *Information Technology & People*, 35(5), 1563-1589.
- iPrice, 2022-2023. "Daftar 50 website & aplikasi e-commerce di Indonesia 2019". <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Khairani, Siti. (2015). Pengaruh Kepercayaan Kualitas Informasi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Membeli Melalui Media Sosial (Studi Kasus Mahasiswa Akuntansi STIE MDP). (<http://fe.unp.ac.id/sites/default/files/unggahah/22.%20Khairani%20%28hal%20305-314%29.0.pdf>).
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Kotler, P. (2003). *Marketing insights from A to Z: 80 concepts every manager needs to know*. John Wiley & Sons.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 2).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (15th Edition). New Jersey: Person.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2016). *Principles Of Marketing*, Edisi 14, New Jersey: Pearson Education Limited
- Kotler, Philip, & Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga
- Li, X., Liu, Z., Gong, B., & Ren, A. (2023). Customers' decision pattern based on mobile reviews in digital economy. *Kybernetes*.
- Mahkota, Andy Putra., Suyadi, Imam., Riyadi. (2014). Pengaruh Kepercayaan dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 8 No. 2.

- Marsha, E. dan Dwi Hayu, M. (2019), "Country of *origin and brand image on purchase decision of South Korean cosmetics etude house*", Jurnal Manajemen dan Lingkungan Bisnis, Vol. 1 No. 1, hlm. 60.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada E- Commerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53.
- Nawang Sari. 2017. Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian (Pada Tokopedia.com). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia. Vol.4 No.3.*
- Nguyen, N.H. dan Phuong, N.N., et al., (2020), "*Pengaruh citra negara asal terhadap niat membeli: peran mediasi citra merek dan evaluasi merek*", Management Science Letters, Vol. 10 No. 2020, hlm. 1205-1212.
- Noorani, A., & SANTOSO, S. B. (2014). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Transportasi Kereta Api Argo Muria (Studi Pada PT. Kereta Api Indonesia DAOP IV Semarang)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Okky Erviana. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di RSUD Rr. Soewondo Kendal. Skripsi Program Studi Manajemen Universitas Negeri Semarang.
- Oscar, Y. and Keni, K. (2019), "*Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga, dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*", Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis, Vol. 3 No. 1, hlm. 20-28.

- Pangestu, P. R (2019). Pengaruh Citra Merek, harga dan kualitas web terhadap keputusan pembelian tiket pesawat online pada situs Traveloka (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Jakarta).
- Permana, A., & Sriyanto (2018). Pengaruh kualitas informasi, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian via online di Zalora Indonesia. *Financial Marketing Operational Human Resources*.
- Pudjihardjo, Maria Carolina. & Wijaya, Helen. (2015). Analisa Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, dan Tampilan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Pemasaran di Media Sosial (Studi pada Pengguna Media Sosial di Shapeharve). *Jurnal Universitas Kristen Petra Surabaya*.
- Rasidi, W. A. R., & Tiarawati, M. (2021). The effect of convenience and trust on online purchasing decision (On Blibli platform). *Journal of Business and Management Review*, 2(8), 531-543. <https://doi.org/10.47153/jbmr28.1862021>
- Renny, Guritno, S., & Siringoringo, H. (2013). Perceived Usefulness, Ease of Use, and Attitude Towards Online Shopping Usefulness Towards Online Airlines Ticket Purchase. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 81, 212–216.
- Rosillo-Díaz, E., Blanco-Encomienda, F. J., & Crespo-Almendros, E. (2020). A cross-cultural analysis of perceived product quality, perceived risk and purchase intention in e-commerce platforms. *Journal of Enterprise Information Management*, 33(1), 139-160.
- Sandora, M. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Secara Online. *Eko Dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 11(3), 290-310.
- Sangadji, E. M. & Supiah. (2013). Perilaku Konsumen. Yogyakarta: CV Andi.

- Seyed, A. Aghdaie. (2011) An Analysis Of Factors Affecting The Consumer's Attitude Of Trust And Their Impact On Internet Purchasing Behavior. *Journal Of Business And Social Science*. 2 (23). 147-158.
- Sinurat, M., Heikal, M., Simanjuntak, A., Siahaan, R., & Ilham, R. N. (2021). Product Quality On Consumer Purchase Interest With Customer Satisfaction As A Variable Intervening In Black Online Store High Click Market: Case Study on Customers of the Tebing Tinggi Black Market Online Store. *Morfai Journal*, 1(1), 13-21.
- Solihin Dede. 2020. *Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Mandiri. Vol. 4, No. 1. Juni 2020: 38-51.
- Sudjatmika, Fransiska Vania. (2017). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.com. *Jurnal AGORA*. Vol 5. No. 1.
- Sugiyono (2016) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&G*.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sutiyono. R., & Brata. H. (2020). The Effect of Prices, Brand Images, and After Sales Service Reinforced Bar Steel Products on Consumer Purchasing Decisions of PT. Krakatau Wajatama Osaka Steel. *Dinasti International Journal of Education Management and Social Science*. 1(6), 945–967 Utami, Christina W. 2012. *Manajemen Ritel*. Edisi Kedua. Salemba Empat, Jakarta.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian Tokopedia di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(2).

- Togar, A. N, Kartavianus, O. (2014) A Structural Equations Modeling Of Purchasing Decision Through E- Commerce. *Journal of Theoretical and Applied InformationTechnology*. 60 (2). 358-364.
- Turban, E., David, K., Jae, L., Ting, P., & Decorrah, C. (2010). *Electronic Commerce: Managerial Perspective Global* (6 ed). New Jersey: Pearson.
- Wahyudi Randang, Kualitas produk ,Atribut produk dan Ekuitas Merek Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng , *Jurnal EMBA*, Vo.1. No 3 September 2013, hal 701-709.
- Wardoyo, W., & Andini, I. (2017). Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online pada mahasiswa universitas Gunadarma. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 19(1), 12-26.
- Weenas, Jackson. (2013) Kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian spring bed comforta. *Jurnal riset ekonomi, manajemen, bisnis, dan akuntansi* 1(4). <https://doi.org/10.35794/emba.vli4.2741>.
- Weenas, Jackson. 2013. “Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta.” *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 1 (4): 607–18. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i4.2741>.
- Widiani, N. L. M., Indiani, N. L. P., & Wahyuni, N. M. (2019). Pengaruh citra merek dan kualitas informasi terhadap minat konsumen berbelanja kembali di Zalora. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 127-136.
- Yu, S., Hudders, L. and Cauberghe, V. (2018), “Are fashion consumers like schooling fish? The effectiveness of popularity cues in fashion e-commerce”, *Journal of Business Research*, Vol. 85, pp. 105-116.

- Yuliawan, E., Siagian, H., & Willis, L. (2018). Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualias Layanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Optimal: Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 12(1), 34–49. <https://doi.org/10.33558/optimal.v12i1.1016>
- Yuniarti, Y. (2016) *Pengaruh kualitas produk, harga, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian produk fashion secara online*. Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora,.
- Yuniarti, Yenny. 2016. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online.” Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora, no. 3: 27–37.