

DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek , Harga , dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. 6(1)
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, M. A. (2019). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian melalui *Marketplace* Shopee . Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 1–11.
- Arikunto, 2004, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Kelima, Rineka Cipta, Jakarta.ba
- Assauri, Sofjan. (2018). Manajemen Bisnis Pemasaran. Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada.
- Baskara, I. P., & Hariyadi, G. T. (2014). Analisis pengaruh kepercayaan, keamanan, kualitas pelayanan dan persepsi akan resiko terhadap keputusan pembelian melalui situs jejaring sosial. Studi pada Mahasiswa di Kota Semarang, Universitas Dian Nuswantoro, Semarang, 1-15.
- Colquitt, Jason A., Jeffery A. Lepine and Michael J. Wesson, *Organizational Behavior: Improving Performance and Commitment in the Workplace*. New York: McGraw-Hill Companies, Inc., 2009.
- Davis, Fredd D. 1989. *Perceive Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. *MIS Quarterly* Vol 13 (3) : 319-340.
- Hartono, Jogiyanto. (2008). Sistem Informasi Keperilakuan. Yogya- karta: Andi
- Hardiawan, Anandya Cahya. 2013, Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hair, et al, 2014, Multivariate Data Analysis, New International Edition., New Jersey : Pearson
- Javadi, M.M. (2012). An analysis of factors affecting on online shopping behavior of consumers. *Internasional Journal of Marketing Studies*. 4(5), 81-82. Retrieved from
- Jogiyanto. 2007. Sistem Informasi Keperilakuan. Yogyakarta : Andi Yogyakarta.
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong, (2016): Prinsi-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, (2014), Principles of Marketing, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.

- Kotler dan Keller. Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 13. Jakarta: Erlangga, 2014
- Kotler dan Keller. Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 13. Jakarta: Erlangga, 2009
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2004). "Principles of Marketing". 10th Ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler Phillip. (2021). manajemen pemasaran. CV Budi Utama, Jakarta
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). *An integrative model of organizational trust. Academy of Management Review*, 20(3), 709–734.
- Nitisusantro, H. Mulyadi, 2012, Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan. Alfabeta Bandung
- Pratama, Y. E., Sudarwati, & Istiqomah. (2019). keputusan pembelian *online* melalui aplikasi shopee di surakarta ditinjau dari kualitas layanan, *online customer review* dan kepercayaan. 03(02), 445
- Priansa, D. J (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu. Bandung : CV Pustaka Setia.
- Petter, P., & Olson, J. (2013). Prilaku dan Strategi Pemasaran Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Rahmadi, H., & Malik, D. (2016). Pengaruh kepercayaan dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian e-commerce pada tokopedia. com di Jakarta Pusat. Jurnal Reformasi Administrasi: Jurnal Ilmiah Untuk Mewujudkan Masyarakat Madani, 3(1), 126-145
- Rohmat, B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Provider (Doctoral dissertation, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang).
- Robbins, Stephen P., dan Judge, Timothy A, *Organizational Behaviour*. New Jersey: Pearson Education, Inc., Upper River, 2007.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Salsabila HZ, Susanto S, Hutami LT. Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan. 2021 Apr 1;9(1):87-96.

- Schiffman dan Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Schiffman, Leon G dan Leslie Lazar Kanuk. 2010. *Consumer Behaviour* 8th. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Sekaran. (2006). *Metodologi Penelitian Bisnis* 1 Edisi Empat. Jakarta: Salemba Empat.
- Sukma, A.A. (2012). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian melalui social networking websites.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, B. dan H. Handoko. 2013. *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Sobandi A, Somantri B. Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Winter Journal: Imwi Student Research Journal*. 2020 Aug 29;1(1):41-52.
- Trisnawati, Ella. Suroso, Agus. Dan Kumorohadi, Untung. 2012. Analisis faktor-faktor kunci dari niat pembelian kembali secara online (studi kasus pada konsumen fesh shop). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. Vol.19 No. 2 September Wardoyo dan Andini, I. 2017. Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*. Vol. 19, No. 1, 12-26.
- Yuliza M, Yeneti SS. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Journal of Social and Economics Research*. 2022 Jun 12;4(1):068-80.
- Wardoyo W, Andini I. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online pada mahasiswa universitas Gunadarma. *Jurnal Manajemen Daya Saing*. 2017 Aug 25;19(1):12-26.
- Wahyuni S, Irawan H, Sofyan E. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Situs Online Fashion Zalora. co. id. *eProceedings of Management*. 2017 Aug 1;4(2).
- Wiyata, M. T., Putri, E. P., & Gunawan, C. (2020). Pengaruh Customer Experience, Ease of Use, dan Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Konsumen Situs Jual Beli Online Shopee. *Cakrawala*, 3(1), 11–21.

Zimmerer, Thomas W dan Norman M Scarborough. 2009. Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil. Jakarta: Salemba Empat.

[Https://www.lazada.com/](https://www.lazada.com/)

[Https://data.goodstats.id/statistic/embed/marketplace-pilihan-masyarakat-indonesia-di-tahun-2022-cIt8f](https://data.goodstats.id/statistic/embed/marketplace-pilihan-masyarakat-indonesia-di-tahun-2022-cIt8f)