

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2022). *Ini Pertumbuhan Pengunjung Shopee Sampai Kuartal II 2022*. Pusat Data Ekonomi dan Bisnis Indonesia. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/21/ini-pertumbuhan-pengunjung-shopee-sampai-kuartal-ii-2022>
- American Psychological Association. (2015). *APA Dictionary of Psychology* (2nd ed.). American Psychological Association.
- Amin dan Hendra. (2019). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Lazada.co.id*. Management Studies and Entrepreneurship Journal, 1(1), 78–96. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Aristia, I., Sugiono, S., Rinnanik, R., & Aliyah, H. (2023). *Pengaruh Harga Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Online*. Performance: Jurnal Bisnis & Akuntansi, 13(1), 20–29. <https://doi.org/10.24929/feb.v13i1.2500>
- Bustomin Pautina, Y., Ismail, Y. L., Abdussamad, Z. K., Kunci, K., Kemudahan, K. , & Pembelian, K. (2022). *Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Belanja Online Shopee (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo)*. JAMBURA, 5(2). <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Erniwati, N., & Noersanti, L. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO*. Jurnal Manajemen STEI, 3(2).
- Hartono, J. (2008). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Andi.
- Harun, A., & Ayu Salmah, N. N. (2020). *Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian online melalui Aplikasi Shopee*. Jurnal Media Wahana Ekonomika, 17(2), 114. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v17i2.4318>
- Hasdani, Nasir, M., & Burhanuddin. (2021). *Persepsi Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Users*. 1(3), 187–196.
- Hasdani, Nasir, M., & Burhanuddin. (2021). *Persepsi Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Users*. Jurnal Manajemen Sains, 1(3), 187–196.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). *Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto*. Maker: Jurnal Manajemen, 6(1), 31–42.
- Inas Rafidah. 2017. *Keamanan Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Lazada*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 6, Nomor 2, Februari 2017 ISSN : 2461-0593.
- Kotler and Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran* .13th ed.,Vol.1. Rajawali.

- Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi Ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran (1st ed., p. 166)*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Lestari, I. T. (2019). *Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Belanja Online (Studi Pada Pengguna Tokopedia)*. Jurnal Ilmu Manajemen – Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya, 7.
- Lestari, I. T., & Widyastuti, W. (2019). *Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Belanja Online (Studi Pada Pengguna Tokopedia)*. Jurnal Ilmu Manajemen, 7.
- Moshref Javadi, M. H., Rezaie Dolatabadi, H., Nourbakhsh, M., Poursaeedi, A., & Asadollahi, A. (2012). *An Analysis of Factors Affecting on Online Shopping Behavior of Consumers*. International Journal of Marketing Studies, 4(5). <https://doi.org/10.5539/ijms.v4n5p81>
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan Nasution, D. A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga Terhadap Keputusan Pemvelian Pada E-Commerce Shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu)*, 7.
- Pahlevi, R. (2022). *Pendapatan Shopee Meningkat 64% (yoy) Pada Kuartal i 2022*. Pusat Data Ekonomi dan Bisnis Indonesia. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/05/18/pendapatan-shopee-meningkat-64-yoy-pada-kuartal-i-2022>
- Pautina, Y. B., Ismail, Y. L., & Abdussamad, Z. K. (2022). *Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Pada aplikasi Belanja Online Shopee (Studi Pada Mahasiswa Manajemen fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo)*. Jurnal Manajemen & Organisasi Review (MANOR), 4(1), 27–38. <https://doi.org/10.47354/mjo.v4i1.358>
- Prasetyo, H. E. (2021, April 4). *Keputusan Pembelian dalam E-Commerce Shopee di Kecamatan Gunungpati Semarang*. Serat Acitya, 10(1), 1. <https://doi.org/10.56444/sa.v10i1.2097>
- Robbins, S. P., & Mary Coulter. (2016). *Manajemen (B. dan B. P. D. Sabran, Ed.; 13th ed., Vol. 1)*. Erlangga.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.