

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Principles of Marketing. (16th Global Edition)*.
- Kotler, P., & Keller. (2016). *Marketing management 15e*. Boston: Pearson Education.
- Priyatno, Duwi. (2012). *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20. Edisi Kesatu*. Yogyakarta : Andi.
- Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*: Zifatama Publishing.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Thompson, M. A. (2016). *Crafting and executing strategy:the quest for competitive advantage, concepts and readings*. New York: McGrawHill Education.
- Tjiptono, F & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.

Jurnal

- Agustina, M., Tholok, F. W., & Handry, H. (2019). *Pengaruh kepercayaan, kemudahan, kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara online pada situs jual beli Tokopedia (studi kasus wilayah Tangerang)*. *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(3), 1-13.
- Bakhtiar, H. M. (2021). *Analisa Strategi Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Pengguna Media Sosial Facebook Di Kecamatan Arut Selatan Kotawaringin Barat Pangkalan Bun*. *Magenta*, 9(2), 83-92.
- Karim, R., Wolok, T., Radji, D, L. (2020). *Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo*. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. 3(2).
- Muzaky, E. B. (2019). *Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Ponorogo)* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).

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)*. JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, 5(2), 474-484

Restuti, N., & Kurnia, M. (2022). *Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan Transaksi, Kualitas Informasi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Secara Online Pada Marketplace Shopee*. Borobudur Management Review, 2(1), 24-40.

Rorie, A, G, S., L.Tumbel, A., Gunawan, E. (2022). *Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Tokopedia.Com Di Desa Noongan, Kecamatan Langowan Barat*. Jurnal LPPM Bidang Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Hukum. 6(1).

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.

Sobandi, A., Somantri, B. (2020). *Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*. IMWI Student Research Journal. 1(1).

<https://apjii.or.id> diakses pada tanggal 28 Juli 2023.

<https://databoks.katadata.co.id> diakses pada tanggal 28 Juli 2022.

