

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, W. (2024). *Consumer Behavior In The Digital Era 4.0 - Edisi Indonesia* (Issue CV. Eureka Media Aksara). <https://www.researchgate.net/publication/383464354>
- Anggoro, B. W. (2022). *Pengaruh keamanan bertransaksi, kualitas pelayanan, persepsi risiko, kepercayaan terhadap keputusan pembelian secara online.*
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. . (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Arisandi, D., Shar, A., & Hariyadi, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Faktor Emosional, Biaya Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Belanja Busana Secara Daring. *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 10(2), 92–102. <https://doi.org/10.56486/kompleksitas.vol10no2.163>
- Damiati, Masdarini, L., Suriani, M., Adnyawati, N. D. M. S., Marsiti, C. I. R., Widiartini, K., & Angendari, M. D. (2021). Perilaku Konsumen. In *Widina* (Vol. 5).
- Edwin, Z. (2022). Perilaku Konsumen Di Era Modern. In *Yayasan Prima Agus Teknik*. https://digilib.stekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb_af4fc26370d71743c5796f1b81bfa97f73ce1c73_1652928345.pdf
- Ghozali. (2018). *Buku Ghozali.pdf* (p. 490).
- Hana Rasikah Ibtisamah, Sunarto, D. R. K. (2021). Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di. *Fenomena*, 5(1), 1–7. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/5227>
- Haryanto, R. (2023). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Bank Syariah.*
- Kurniawan, D. (2022). *Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Konsumen Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee Di Surabaya.*
- Lisdiana, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Secara Onlinedi Online Shop Lazada. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syaria*, 4(2), 1356–1367.
- Marpaung, F. K., Markus Willy Arnold S, & Asyifa Sofira, S. A. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen*, 7(1), ISSN. <http://ejournal.lmiimedan.net>
- Masiaga, N. R., Worang, F. G., & Mandagie, Y. (2022). Analysis of the Effect of Security and Trust on Customer Satisfaction in Manado City Who Shops Online At Lazada.Com. *Jurnal EMBA*, 10(2), 900–910.

- 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.
- Nopita. (2022). *Pengaruh Privasi, Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Bertransaksi Secara Online Di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa FEB UIR)*.
- Novarivah, H. A. (2022). *Pengaruh Harga, Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee (Studi Kasus Pada Konsumen Di Kabupaten Klaten)*.
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Paludi, S., & Juwita, R. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 18(01), 41–53. <https://doi.org/10.25134/equi.v18i1.3498>
- Provitasari, V. T. (2021). *Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan menggunakan jasa notaris*.
- Puspita, Yohana Dian, Rahmawan, G. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(2), 98–104. <https://doi.org/10.56338/jsm.v8i2.1644>
- Puti, M. E. (2023). *Peran Pemulihan Layanan dan Keamanan Transaksi Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada E-Commerce (Survei Pada Pelanggan Shopee dan Tokopedia di Jawa Tengah)*.
- Saputra, R. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekanbaru. *Skripsi*, 23. https://repository.uir.ac.id/6149/1/RIDHO_SAPUTRA.pdf
- Sindiah, S., & Rustam, T. A. (2023). Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Facebook. *ECo-Buss*, 6(1), 42–52. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i1.624>
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In 2 (pp. III–434).
- Sulistyo, A., Sumarwan, U., & Aminah, M. (2021). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Buku pada Mahasiswa. *Jurnal Manajemen*, 12(3), 474. <https://doi.org/10.32832/jm-uika.v12i3.5252>
- Suparyanto, & Rosad. (2020). Pengaruh Kualitas Informasi, Kepercayaan, Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Di

Facebook. *Suparyanto Dan Rosad* (2015, 5(3), 248–253.

Suryani, S., & Koranti, K. (2022). Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Keamanan Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Sikap Pengguna E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 27(2), 183–198. <https://doi.org/10.35760/eb.2022.v27i2.5189>

Wardhana, A. (2024). *Kepercayaan Pelanggan* (Issue August).