

## DAFTAR PUSTAKA

Jurnal :

Adhitya Wisnu Rayhan, & Fauziah Aryza. (2023). Pengaruh Kemudahan Transaksi, Keamanan Transaksi, Dan Kualitas Pelayanan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Potensi Utama). *MAKREJU:Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(1), 178–189.

<https://ejurnal.stie-trianandra.ac.id/index.php/makreju/article/view/1031>

Aisah, S. (2022). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Persepsi Resiko Terhadap keputusan Pembelian Pada Pengguna Transaksi Shopee Paylater.*

<http://repository.unisma.ac.id/handle/123456789/4351>

Arpaci. (2015). *Impact Of Perceived Security On Organisational Adoption Of Smartphones. 18 No.2.*

<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/26383763/>

Aulia, T., Ahluwalia, L., & Puji, K. (2023). Pengaruh kepercayaan, kemudahan penggunaan dan harga terhadap keputusan pembelian pada E-Commerce Shopee di Bandar Lampung. *SMART: Strategy of Management and Accounting through Research and Technology*, 2, 58–69.

<https://jim.teknokrat.ac.id/index.php/smart/article/view/3665>

Aurellia, D., & Sidharta, H. (2023). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Skincare Lokal. *Performa Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 8(1), 2023.

<https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/3054>

Canestren, I. A., & Saputri, M. E. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Paylater. *Public Knowledge Project Telkom University*, 2(1), 89–103.

<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/14958/14862>

Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurva*, 1(1), 15–30.

<https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jimem/article/view/2>

- Desky, H., Murinda, R., & Razali, R. (2022). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online. *Owner*, 6(2), 1812–1829.  
<https://owner.polgan.ac.id/index.php/owner/article/view/772>
- Dwi, L. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Helm KBC. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3 No 2.  
<http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=761975&val=10544&title>
- Erdawati, E. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Iklan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Shopee. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(3), 365–371.  
<https://itskhatulistiwa.ac.id/ojsapresiasiekonomi/index.php/apresiasiekonomi/article/view/331>
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Jurnal Manajemen STEI Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO. *Jurnal Manajemen STEI*, 3 (2)(02), 2442–4080.  
<https://ejournal.stei.ac.id/index.php/ManajemenSTEI/article/view/908>
- Farida, U. (2022). *Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Resiko, Dan Brand Image Terhadap Pembuatan Keputusan Pembelian (Studi pada pengguna Shopee Paylater di Tambalang Pada Masa Covid 19)*.  
<https://repofeb.undip.ac.id/11977/>
- Farohi, M. I. (2017). Pengaruh Keamanan, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Melalui Sosial Networking Site (Studi Pada Buyer Toko Online Lazada. co. id di Kota Semarang). *Universitas Negeri Semarang*, 1–86.  
<http://lib.unnes.ac.id/30722/1/7311413217>
- Fatmawati, dkk. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Keluarga Karunia Sejahtera (K3S) Gresik. *JEK - Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan Kreatif*, 5 No 2(60).  
<https://journal.stienugresik.ac.id/index.php/jek/article/view/31>
- Ghoni, M. A., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Brand Image, Online Customer Review dan Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 14–22.  
<https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/2007/1320>

- Haekal, A., & Widjajanta, B. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Membeli Secara Online Pada Pengunjung Website Classifieds Indonesia. *Journal of Bussiness Management and Entrepreneurship Education*, 01 No.01.  
<https://ejournal.upi.edu/index.php/JBME/article/view/2287>
- Herawati, H., & Putra, A. S. (2023). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Azarine Cosmetic. *Journal on Education*, 5(2), 4170–4178.  
<https://jonedu.org/index.php/joe/article/view/1115>
- Hibban, M. A., & Utami, F. N. (2022). *The Effect of Perceived Ease of Use and Perceived Security to Intention to Use on Shopee Paylater in Jakarta. E-Proceeding of Management*, 9(2), 1306–1312.  
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/17679>
- Husen, A., Sumowo, S., & Rozi, A. F. (2018). Pengaruh Lokasi, Citra Merek Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 127.  
<http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JMBI/article/view/1757>
- Irmalisa, Suharno, & Kuleh, J. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Innova di Samarinda. *Jurnal Manajemen*, 8(1), 30–42.  
<https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/view/1184>
- Ishak, A., & Luthfi, Z. (2011). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas: Studi Tentang Peran Mediasi Switching Costs. *Jurnal Siasat Bisnis*, 15(1), 55–66.  
<https://journal.uui.ac.id/JSB/article/view/3192>
- Jamilah, N. K. (2023). *Pengaruh Kelompok Acuan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Fitur Shopee Paylater Pada Kalangan Santri Di Ponogoro. July*, 1–23.  
<http://etheses.iainponorogo.ac.id/22827/>
- Khamadi. (2015). Penanaman Pendidikan Karakter Pramuka Kepada Remaja Dalam Kajian Komunikasi Visual. *Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 01 Nomor 0, 100.  
<https://publikasi.dinus.ac.id/index.php/andharupa/article/view/957>
- Lestari, N. A., & Iriani, S. S. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Mataharimall.Com. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6, 1–8.



<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/22568>

Luthfianto, D., & Suprihhadi, H. (2017). Pengaruh kualitas layanan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Cafe Jalan Korea. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 22(1), 14–25.

<https://ejournal.gunadarma.ac.id>

Mambu, T. R. (2021). *Kepercayaan Konsumen , Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi E-Commerce Shopee di Kota Tondano*. 2(1), 79–84.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32942>

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.

<https://fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JM/article/view/789>

Park, C.-H., & Kim, Y.-G. (2017). The Effect of Information Satisfaction and Relational Benefit on Consumers Online Site Commitments. *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, 4, 30.

[https://econpapers.repec.org/article/iggjeco00/v\\_3a4\\_3ay\\_3a2006\\_3ai\\_3a1\\_3ap\\_3a70-90](https://econpapers.repec.org/article/iggjeco00/v_3a4_3ay_3a2006_3ai_3a1_3ap_3a70-90)

Puanda, F., & Rahmidani, R. (2023). Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Aplikasi Shopee. *Eco Gen*, 4 No 3, 13.

<https://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/pek/article/view/11507>

Purnamasari, R. D. A., Sasana, H., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Perceived Risk, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Paylater. *Jurnal Manajemen*, 13(3), 420–430.

<https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/view/10130/1550>

Putri, F. A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee Paylater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 818.

<https://journal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/download/8582/pdf/27552>

Rahel, Kandowanko, N., & Lasut, J. (2020). Gaya hidup terhadap minat menabung mahasiswa sosiologi fakultas ilmu sosial dan politik Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal Holistik*, 13(2), 1–14.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/holistik/article/view/29352>

- Rossa, A., & Ashfath, F. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Risiko dan Keamanan terhadap Impulse Buying Pengguna SPaylater (Shopee Paylater) di Jadetabek. *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen* 1–15.  
<https://prosiding-old.pnj.ac.id/index.php/snampnj/article/view/5518>
- Saputra, V. R. J., & Sudarwanto, T. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopeepaylater masyarakat Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2), 168.  
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/55110>
- Sari, N. E., & Oswari, T. (2020). *Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Pada Toko Online Tokopedia*. 3, 34–46.  
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/26826/24550>
- Sari, W. E. P., & Suci, N. M. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Melalui E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(2), 129–134.  
<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JMPP/article/view/37170>
- Siti Kolifah, Ayun Maduwinarti, U. C. N. (2019). *Pengaruh Brand Image dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Aplikasi OVO Di Royal Plaza Surabaya*. 10.  
<https://jurnal.politeknik-kebumen.ac.id/E-Bis/article/view/1044>
- Sobandi, A., & Somantri, B. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Winter Journal: Imwi Student Research Journal*, 1(1), 41–52.  
<https://winter.imwi.ac.id/index.php/winter/article/view/5>
- Susanto, D., Fadhilah, M., Bagus, I., Manajemen, N. U., & Ekonomi, F. (2021). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Konsumen Shopee di Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 89, 89–97.  
<https://journal.uny.ac.id/index.php/jim/article/view/43925>
- Wijaya, D. (2017). Pengaruh Motivasi Dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Perspektif*, Vol. 15.(2), 79-88.  
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/perspektif/article/view/833/1610>
- Wong, D. (2017). Pengaruh Ability, Benevolence Dan Integrity Terhadap Trust, Serta Implikasinya Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce: Studi Kasus Pada Pelanggan E-Commerce Di Ubm. *Jurnal Riset Manajemen Dan*

*Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(2), 155–168.  
<https://media.neliti.com/media/publications/259333-pengaruh-ability-benevolence-dan-integri-cbe220cb>.

Wulandari, D. A., Oktafani, F., Bisnis, A., Komunikasi, F., & Bisnis, D. (2017). Pengaruh Brand Image Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Telkom University Bandung). *Jurnal Computech & Bisnis*, 11(1), 47–58.  
<https://journal.student.uny.ac.id/index.php/ikora/article/viewFile>

Yulia Sari, R., & Elsandra, Y. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kemudahan, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Market Place. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, 1(1), 106–117.  
<http://jurnal.unidha.ac.id/index.php/JPPISB/article/view/403>

Yunita, N. R., Sumarsono, H., & Farida, U. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Buka LapaK (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo). *ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 90.  
<https://studentjournal.umpo.ac.id/index.php/isoquant/article/view/243>

Zahroh, A., Septiana, A., & Arief, R. Z. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pinjaman Online *Spaylater* pada Mahasiswa di Kab. Bangkalan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 15(1), 55–62.  
<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/63061>

#### Buku :

Firmansyah, M. (2018). *Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran*. CV Budi Utama.

Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progran IBM SPSS 25* (9th ed.). Universitas Diponegoro.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.

Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran* (2nd ed.). Erlangga.

Mowen, J. C., & Minor, M. (2017). *Perilaku Konsumen* (5th ed.). Erlangga.

Setiadi, D. N. J. (2019). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (Ketiga Cet). Prenadamedia Group.

Sudaryono, D. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Andi.

Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.

