

## DAFTAR REFERENSI

- Aisyah, Dian dan Yunita Engriani. (2019). Pengaruh Reputasi, Kualitas Informasi dan e-WOM terhadap Keputusan Pembelian pada Situs Jual Beli *Online* Tokopedia yang Dimensi oleh Kepercayaan Pelanggan. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*. 1(4), hal. 48-59. <https://doi.org/10.24036/jkmw027>.
- Ayuningtiyas, Kartika dan Hendra Gunawan. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi. *Journal of Applied Business Administration*, 2(1), hal. 152-165.
- Bawono, Dwi Bayu dan Salsabil Laras. (2021). Pengaruh persepsi Risiko, Kemudahan, Harga, dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian menggunakan *e-commerce* Traveloka. In Proding Biema (*Business Management , Economic and Accounting National Seminar*). 2, hal. 479-494.
- Boikh, Lebriana dan Ayumayasari Saraswati. (2017). Model Penjualan Ikan Berbasis Web (*E-Commerce*) pada Toko Ikankoe di Kota Kupang. *Jurnal Bahari Papadak*. 1(1), hal. 24-29. <http://ejurnal.undana.ac.id/index.php/JBP/article/view/4327>.
- Ilmiah, Khafidatul dan Indra Krishernawan. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga terhadap *Marketplace* Shopee di Mojekerto. *Jurnal Manajemen*. 6(1), hal. 31-42. <http://www.maker.ac.id/index.php/maker>.
- Khotimah, Khusnul dan Febriansyah. (2018). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Konsumen dan Kreativitas Iklan terhadap Minat Beli Konsumen *Online Shop*. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 1(1), hal. 19-26. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v1i1.16>.
- Mahendra, Hamdan Ananta Ihza dan Kartika Anggraeni Sudiono Putri. (2022). Peran Endoser Selebriti, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Erigo (Studi kasus pada mahasiswa di Kota Malang). *Journal of Business dan Applied Management*. 15(1), hal. 019-034.
- Mulyadi, Agustinus, Dian Eka dan Welly Nailis . (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian ditoko *online* Lazada. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Terapan* 15(2), hal. 87-94.

- Piarna, Rian dan Tri Hendriawan Apandi. (2018). Pengaruh Dimensi Kepercayaan terhadap Keputusan Bertransaksi Pelanggan *E-Commerce* di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ilmu dan Teknologi Rekayasa*. 1(1), hal. 29–35. <https://doi.org/10.31962/jiitr.v1i1.3>.
- Pratiwi, Komang Wida dan Gede Suparna. (2018). Peran Kepercayaan Memediasi Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan pada Camely Salon di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*. 7(9), hal. 4947–4970.
- Rahmadhani, Ritma dan Apriatni Endang Prihatini. (2018). Pengaruh *Electronic Word of Mouth and Perceived Risk* terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Tokopedia. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. 8(1), hal. 140-145. 1–6. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/cgi-sys/suspendedpage.cgi>
- Safitri, Ida Ayu Putu Dian Savitri dan Made Wardana. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan dan Niat Beli Ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*. 7(10), hal. 5748. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i10.p19>
- Sari, Raya Yulia dan Yesi Elsandra. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kemudahan dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian *Online* di *Market Place*. *Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*. 1(1), hal. 106-117.