

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta
- Ackaradejruangsri, Pajaree. (2013). The effect of product quality attributes on Thai's consumer buying decisions. *Journal of Asia Pacific Studies*, Vol. 3, No. 3, pp. 14-24.
- Adhitya, W. R. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Online Shop Di Kota Medan. *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, 6(2), 213.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Almana, Amal M And Abdulrahman A. Mirza. (2013). The Impact Of Electronic Word Of Mouth On Consumers' Purchasing Decisions.
- Amilia, S. & Asmara, M. Oloan (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*. Vol 6, No. (1).
- Amstrong, G., & Kotler, P. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran*. (Vol. I). (A. S. Molan, Trans.) Jakarta: : Prenhalindo.
- Arbaini, P. (2020). Pengaruh Consumer Online Rating Dan Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace Shopee. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7(1), 25–33.
- Arda, M., & Andriany, D. (2019). Analisis Faktor Stimuli Pemasaran Dalam Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Generasi Z. *Jurnal Intekna : Informasi Teknik Dan Niaga*, 19(2), 115–120.
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, M. A. (2019). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee . *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–11.
- Assauri, Sofjan. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali.
- Astuti, R., & Febriaty, H. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pasar Modern: Studi Kasus Pada Indomaret Di Kecamatan Medan Denai Kota Medan. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 1(1), 35–42.
- Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse The Effect Of Promotion And Product Quality On The Purchase Decision Of Converse Brand Shoes. *Akmami*, 2(2), 204–219.
- Astuti, S. I., Arso, S. P., & Wigati, P. A. (2015). Indikator Ocr. Analisis Standar Pelayanan Minimal Pada Instalasi Rawat Jalan Di Rsud Kota Semarang, 3(2012), 103–111.

- Auliya, Z. F., Rifqi, M., Umam, K., & Prastiwi, S. K. (2017). Online Customer Review (Otrs) Dan Rating Kekuatan Baru Pada Pemasaran Online Di Indonesia. 89–98.
- Azizi, F., & Yateno. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Diskon Dan Tagline “Gratis Ongkir” Terhadap Keputusan Pembelian Pada Market Place Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb, Universitas Muhammadiyah Metro). *Jurnal Manajemen Diverifikasi*, 1(2), 260–277.
- Baskara, I. B. (2018). Pengaruh Potongan Harga (Discount) Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying) (Studi Pada Pengunjung Matahari Department Store Johar Plaza Jember). *Manajemen Bisnis*, 5(2), 282.
- Belch, George E. & Michael A. Belch. (2016). *Advertising And Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective 10th Edition*. Boston: Mcgraw-Hill Irwin.
- Daryani. 2006. Pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian konsumen. Skripsi, Universitas Sumatera Utara.
- Daulay, N. (2020). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Medan Labuhan) (Doctoral Dissertation, Universitas Sumatera Utara).
- Daulay, R., & Ikram, M. (2019). Analysis Of The Effect Of Service, People And Physical Evidence Quality On Customer Decisions In Pt. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. *The 1 International Conference On Innovation Of Small Medium-Sized Enterprise (Icis)*, 1(1), 83–92.
- Daulay, R., & Putri, R. E. (2018). Analisis Faktor-Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Ke- 8*, 1–6.
- Dellarocas, C., 2003. The Digitization Of Word Of Mouth: Promise And Challenges Of Online Feedback Mechanisms. *Management Science*, 49(10), Pp.14071424. Available at
- Doresa, S.E., Basuki, R.S. (2017). Pengaruh Personal Selling dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian di Butik Mezora Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, Vol. 3 No. 1, 165-170.
- Endriani, D. (2018). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pengguna Jasa J&T Express Di Bandar Lampung) Program Studi: Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan (Doctoral Dissertation, Uin Raden Intan Lampung).
- Erpurini, W., Pratama, M. R., & Haryono, I. D. (2022). The Effect Of Price And Free Shipping Tagline On Purchase Decision At *E-commerce* Shopee (Study On Alumni Of Sman 13 Bandung). *Jurnal Ekonomi*, 11(01), 466–472.

- Feblicia, S., & Cuandra, F. (2022). Analisis Faktor Pengaruh Keputusan Pembelian Pada Bisnis Digital *E-commerce* Shopee. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*, 3(2), 56–70.
- Filieri, R., & Mcleay, F. (2014). E-Wom And Accommodation: An Analysis Of The Factors That Influence Travelers' Adoption Of Information From Online Reviews. *Journal Of Travel Research*, 53(1), 44–57.
- Firmansyah, M. A. (2019). Dr . M . Anang Firmansyah , Se ., Mm . I. June.
- Fitriya, F., Abdul, D. B., & Diah, A. I. (2019). Metodologi Penelitian Untuk Manajemen dan Akuntansi. Salemba Empat.
- Gabriela, Y. M. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Pelanggan *E-commerce*. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 123.
- Habibah, U., & Sumiati. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, Volume 1, Nomor (1), Hal 31 – 48.
- Handoko, T. Hani. 2001. Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia. Edisi Kedua. BPFE: Yogyakarta
- Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2021). Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, Dan Star Seller Terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian Pada Toko Online Di Shopee. *Jurnal Teknik Its*, 9(2).
- Herlina, Loisa, J., & Matius, T. (2021). Pengaruh Model Promosi Flash Sale Terhadap Minat Pembeli Dan Keputusan Pembeli Di Marketplace Online. *Manajemen Ekonomi & Akuntansi*, 5(2), 1–16.
- Hidayati, N. L. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Riviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 6(2).
- Ichsan, M., & Jumhur, J. (2018). Pengaruh Consumer Online Rating And Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Shopee Di Wilayah Dki Jakarta Effect Of Consumer Online Rating And Review To Buying. *E-Proceeding Of Management*, 5(2), 1828–1835.
- Istiqomah, M., & Marlina, N. (2020). Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 288–298.
- Ismaya, J. Y., & Pribadiono, I. N. (2016). Analisis Swot Untuk Mengetahui Positioning Perusahaan Dalam Menentukan Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Pada Ud. Rumecko Di Mojokerto. Universitas Bhayangkara Surabaya.
- Istiyanto, B. & Nugroho, L. (2016). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus

- Mobil Lcgc Di Surakarta. Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis. Vol 12, No. (1).
- Jannah, M., Wahono, B., & Khalikussabir. (2022). Pengaruh Diskon Flash Sale, Rating Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. E – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen, 10(13), 38–51.
- Julianti, & Aini, Y. (2019). © 2018 The Authors. Published By Cano Ekonomos. (1), 99–106.
- Kalicharan, H.D. (2014).The effect and influence of country-of-origin on consumer's perception of product quality and purchasing intentions. International Business and Economic Research Journal, Vol. 13, No. 5, pp. 897-902.
- Kasmi, K., & Candra, A. N. (2017). Penerapan *E-commerce* Berbasis Business To Consumers Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Makanan Ringan Khas Pringsewu. Jurnal Aktual, 15(2), 109.
- Khairinal. (2016). Menyusun: Proposal,Skripsi,Thesis Dan Disertasi.Salim Media Indonesia
- Kotler, P. (2012). Manajemen Pemasaran (12th Ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). Principles Of Marketing (14th Ed.). New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). A Framework For Marketing Management. Prentice Hall.
- Kotler, Philip and Garry Armstrong. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller .2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Ke 13 Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip, Amstrong, Garry. 1996. Principle of Marketing, Ninth Edition. prentice hall inc. Upper saddle river: New jersey.
- Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran. Jilid1. Edisi Milenium. Jakarta: Prehallindo
- Kudin, I. K., Wahono, B., & Rahman, F. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jd.Id (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang). E – Jurnal Riset Manajemen, 82–94.
- Lackermair, G., Kailer, D., & Kanmaz, K. (2013). Importance Of Online Product Reviews From A Consumer's Perspective. Advances In Economics And Business, 1(1), 1–5.

- Laili Hidayati, N. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 06(3), 77–84.
- Lee, E.-J. & Shin, S.Y. (2014). When Do Consumers Buy Online Product Reviews? Effects Of Review Quality, Product Type, And Reviewer's Photo. *Computers In Human Behavior*, 31, 356–366.
- Lestari, R. (2016). Analisis Efek Promosi Dan Discount Terhadap Impluse Buying (Studi Kasus Konsumen Mall Kediri Town Square). *Jurnal Nusamba*, 1(2), 27–27.
- Lubis, D. I. D., & Hidayat, R. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan Policies For Admission Of New Students View Project. *Ilman*, 5(July), 15–24.
- Mahkota, A. (2014). 79967-Id-Pengaruh-Kepercayaan-Dan-Kenyamanan-Terh. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 1–7.
- Malau, H. (2018). Manajemen Pemasaran, (Teori Dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global. Bandung: Alfabeta
- Mawey, H. E. (2013). Motivasi, persepsi, dan sikap konsumen pengaruhnya terhadap keputusan pembelian produk PT. Rajawali Nusindo Cabang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4).
- Mo, Z., Li, Y.-F., & Fan, P. (2015). Effect Of Online Reviews On Consumer Purchase Behavior. *Journal Of Service Science And Management*, 08(03), 419–424.
- Moe, W.W., Schweidel, D.A. (2012). Online Product Opinions: Incidence, Evaluation, And Evolution. *Mark. Sci.* 31 (3), 372–386.
- Monalisa, L. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap International Brand Image serta Dampaknya Terhadap Keputusan pembelian (Studi pada Mahasiswa pembeli dan pengguna Laptop Lenovo di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya)., Available: *Jurnal Adm. Bisnis S1 Univ. Brawijaya*, 28 (2).
- Nasution, A. E., & Putri, L. P. (2019). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Online. *Prosiding Frima (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 6681(2), 491–497.
- Ni Kadek Devi Aprilia. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli Di Online Shop Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2012.
- Park, J., Lee, D. H., & Han, I. (2011). The Different Effects Of Online Consumer Reviews On Consumers' Purchase Intentions Depending On Trust In Online Shopping Malls: An Advertising Perspective. *Internet Research*, 21(2), 187–206.

- Priyatno, Dwi. 2014. Mandiri Belajar Analisis Data Dengan Spss. Yogyakarta: Mediakom
- Rachmawati, I. K., Handoko, Y., Nuryanti, F., Wulan, M., & Hidayatullah, S. (2019). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Pelanggan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online. Seminar Nasional Sistem Informasi (Senasif), 3(1), 1617–1625.
- Rakhma, A. F., Pardiman, & Hatneny, A. I. (2021). Pengaruh Product Knowledge, Brand Image, Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee (Studi Pada Customer Marketplace Shopee Di Malang). Jurnal Riset Manajemen, 2020, 115–125.
- Razali, G., Andamisari, D., & Saputra, J. (2022). Pengaruh Promosi Diskon Dan Gratis Ongkir Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Citizen : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia, 2(3), 482–491.
- Rob. L, L. W. (2015). The Influence Of Online Customer Reviews To Online Hotel Booking Intentions. International Journal Of Contemporary Hospitality Management, Vol, No. 6.
- Rohmah, M., & Lubis, E. E. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Situs Jual Beli Online Elevenia. Jurnal E-Komunikasi, 5(2), 1–13.
- Rozieqy, A., & Arifin, R. (2018). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Kualitas Informasi Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Shopee. Co. Id (Study Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma). E-Jrm: Elektronik Jurnal Riset Manajemen, 7(7).
- Rukajat, A. (2018). Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach). Deepublish.
- Santoso, Z.N. (2016). Pengaruh Promosi dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Le Fluffy Dessert. Surabaya: Universitas Ciputra.
- Saputra, R. (2013). Analisa pengaruh Motivasi, persepsi, Sikap konsumen terhadap keputusan pembelian mobil daihatsu Xenia di Sidoarjo. Jurnal Strategi Pemasaran, 1(1).
- Sari, V. N. (2019). Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon, Dan Iklan Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta. Manajemen Pemasaran, 1–35.
- Sari, W. Heni Puspita (2022), Pengaruh Promosi, Online Customer Review, Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Marketplace Shopee Di Indonesia).
- Saskiana, D. (2021). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, E-Service Quality, E-Trust Dan Harga Terhadap Keputusan

Membeli Pada Konsumen Marketplace Shopee Di Surabaya. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.

Sattar. (2017). Pengantar Bisnis : Buku Ajar/ Penulis, Sattar, S.E., M.Si.. Yogyakarta ;; © 2017: Deepublish,.

Schiffman, Leon. G; Leslie Lazar Kanuk. 2000. 7 th Edition prentice hall inc. Upper saddle river: New jersey

Shaharudin, M.R., Suhardi W.M., Anita A.H., Maznah W.O., and Etty H.H. (2011). The relationship between product quality and purchase intention: The case Malaysia's national motorcycle/scooter manufacturer. African Journal of Business Management, Vol. 5, No. 20, pp. 8163-8176.

Shareef, M.A., Uma K., and Vinod K. (2008). Role of different electronic-commerce (EC) quality factors on purchase decision: A developing country perspective. Journal of Electronic Research, Vol. 9, No. 2, pp. 92-113.

Sigit, soehardi. 2002. Pemasaran praktis. Edisi ketiga. BPFE: Yogyakarta.

Simamora, Henry. (2017). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Ykpn.

Sitoyo, S., & Sodik, A. (2015). Dasr Metodologi Penelitian (Cetakan Ke). Literasi Media Publishing.

Soewito, Y. (2013). Kualitas Produk, Merek Dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio. Jurnal Emba, 1(3), 218–229.

Solomon, M. R., Marshall, G. W., & Stuart, E. W. (2018). Marketing, Real People, Real Choices (9 Ed.). Nj: Pearson.

Sri Rezeki, & Ninie. (2019). Pengaruh Harga, Online Customer Review Dan Fasilitas Terhadap Tingkat Hunian Di Pt. Karya Cipta Pesona (Aryaduta Medan). Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya : Penelitian Ilmu Manajemen, 5(1), 1–12.

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D, Cetakan Ke-24. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung : Alfabeta, Cv.

Sugiyono.(2013). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Suhir, M., Suyadi, I., & Riyadi. (2014). Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Survei Terhadap Pengguna Situs Website Wwww.Kaskus.Co.Id). Jurnal Administrasi Bisnis (Jab), 8(1), 1–10.

Sujarweni, V. W. (2015). Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi, Yogyakarta: Pt. In Pustaka Baru. Pustakabarupress.

- Supramono; Haryanto. (2022). Desain Proposal Penelitian Studi Pemasaran
- Susilo, H., Haryono, A.T., Mukery, M. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keputusan Berkunjung sebagai Variabel Intervening di Hotel Amanda Hills Bandung. *Jurnal Manajemen*, Vol. 4 No. 4.
- Sutanto, M. A., & Aprianingsih, A. (2016). The Effect Of Online Consumer Review Toward Purchase Intention: A Study In Premium Cosmetic In Indonesia. *International Conference On Ethics Of Business, Economics, And Social Science*, 218–230.
- Sutisna. (2016). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Pt. Remaja Rosdakarya.
- Swastha Dan Irawan. (2008). *Menejemen Pemasaran Modern*. Cetakan Ketujuh. Yogyakarta :Penerbit Liberty.
- Tambunan, J. (2016). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Panorama Motor. Surabaya: Universitas Ciputra.
- Tamunu, M., Ferdinand T. (2014). Analyzing the influence of price and product quality on buying decision honda matic motorcycles in Manado. *Journal EMB*, Vol. 2, No. 3, pp. 1255-1263.
- Tantrabundit, P. (2019). Influence Of Online Review And Rating System Towards Consumer Preferences In Hospitality Sector Influence Of Online Review And Rating System Towards Consumer Preferences In Hospitality Sector. *Almana*, A.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Manajemen Jasa*. Edisi Keempat. Yogyakarta.
- Tobing, R. P., & Bismala, D. L. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi. 1(November).
- Tompunu, M. M. (2014). Analisis motivasi, persepsi, pembelajaran, dan sikap konsumen pengaruhnya terhadap keputusan pembelian di kfc bahu mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3).
- Wahyurini Dan, & Trianasari. (2020). Analisis Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.
- Wardoyo, W., And Intan Andini. "Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma." *Jurnal Manajemen Dayasaing* 19.1 (2017): 12-26.
- Widodo, M. W. B. S. J., Zulianto, M., & Widodo, J. (2022). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee (Studi Kasus Masyarakat Desa Kesilir Kabupaten Jember). *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Dan Kewirausahaan (Jpeaku)*, 2(1), 24-29.
- Zatalini, N. S., & Mudiantono, M. (2017). Analisis Faktor Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kepercayaan, Minat Beli Dan Keamanan

Bertransaksi Untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian Pada Konsumen *E-commerce* Lazada. Co. Id Di Semarang (Doctoral Dissertation, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis).

Zella Alqadrie, S., Prawira, D., & Ilhamsyah, I. (2022). Analisis Kesuksesan *E-commerce* Shopee Di Kalangan Mahasiswa Menggunakan Delone & Mclean Is Success Model (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Tanjungpura). *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 10(2), 119–128.

Zuriah Nuzul, (2009), *Metodologi Penelitian Sosial Pendidikan Teori-Aplikasi*, Jakarta:PtBumiAksara.