

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, V., Sinurat, R., Ali, M. M., Jakarta, U. M., & Jakarta, U. M. (2020). *Analysis of E-Service Quality and Quality Information on Trust and Impact on Purchase Decision on Consumer Tokopedia (Case Study of Tokopedia Customers in Tangerang City)*. 5(3), 538–548.
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan,. *Jurnal Ecodemica*, 4, 200–210.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Method & Partial Least Square (PLS)*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25, 9th Edition, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Gunawan, F., Ali, M. M., & Nugroho, A. (2019). *Analysis of the Effects of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on Consumer Attitude and Their Impacts on Purchase Decision on PT Tokopedia In Jabodetabek*. 4(5), 1–6.
- Kalalo, I. M. C., Kindangen, P., & Saerang, R. T. (2022). *I . M . C . Kalalo ., P . Kindangen ., R . T . Saerang*. 10(2), 521–530.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2021). *Principles of marketing*. Pearson Education Limited. <https://www.pdfdrive.com/principles-of-marketing-18th-edition-philip-kotler-gary-armstrong-d200969595.html>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing, Global Edition* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, Global Edition*. In *Boletin cultural e informativo - Consejo General de Colegios Medicos de España* (Vol. 22).
- Lusiah. (2018). *Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Hasil Penelitian pada Mahasiswa Universitas Swasta di Kota Medan* (Vol. 44, Issue 8).
- Mantauv, C. S. (2019). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan. *Jurnal Elektronik REKAMAN (Riset Ekonomi Bidang Manajemen Dan Akuntansi)*, 3(1), 15–22.
- Maulana, I., & Suryaningwulan, R. P. (2020). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis , Vol . 7 No . 1 Februari 2020 E - ISSN : 2654-5837 , Hal 78 - 84*. 7(1), 78–84.

- Nawang Sari, S., & Pramesti, W. N. (2017). *Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Tokopedia.com)*. 4, 385–394.
- Ngurah, I. G., Wijaya, S., Wayan, N., Ayu, C., & Yasa, I. G. D. (2022). *Volume 14 Issue 1 (2022) Pages 26-37 JURNAL MANAJEMEN ISSN : 0285-6911 (Print) 2528-1518 (Online) Keputusan pembelian e-commerce selama pandemi : persepsi kegunaan , persepsi kemudahan penggunaan , harga , dan sikap konsumen E-commerce purchase decisions during the pandemic : persepsi kegunaan , persepsi kemudahan , harga , and consumer attitudes*. 14(1), 26–37. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v14i1.10993>
- Putri, D. B. R. T. (2017). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Ramadhan, R. F., Komaladewi, R., & Mulyana, A. (2021). *ONLINE PURCHASE DECISION MODEL FROM A TRUST AND EASE OF USE PERSPECTIVE IN THE ONLINE MARKETPLACE (CASE STUDY AT TOKOPEDIA . COM)*. 5(1), 155–160.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (n.d.). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, Yogyakarta: Deepublish.
- Rodiah, S., & Melati, S. I. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66–80.
- Romla, S., & Ratnawati, A. (2018). *Keputusan pembelian*. 59–70.
- Sembhodo, A. T., & Hermawati, A. (2021). *Optimization of Product Quality , Service Quality , and Customer Satisfaction on Buying Decision Amongst The Users of*. 01(01), 61–71.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Suliyantono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*.

- Supriadi, Y. N., Resti, A. A., Musannip, Z., & Siregar, E. (2018). *The Impact of Digital Economy Literacy Strategy Model on Firm Performance of Small Medium Enterprises*. 10698–10710.
- Triwardhani, D., & Handayani, T. (2013). *Pengaruh atmosfir akademik, budaya, dan kualitas layanan terhadap keinginan berperilaku*. 5(1996), 8–9.
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2016). *Services marketing Eight Edition*.
- Yogananda, A. S., & Dirgantara, I. M. B. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 1–7.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). Services marketing. In *Business Horizons* (Vol. 51, Issue 3). <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2008.01.008>