

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, Panji. Etika Bisnis. Yogyakarta: QUADRANT, 2017. Fanny, A., P., & Sri, S., I., (2020). “Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee paylater”. Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 8, No. 3.
- Danu Iswara. 2016. “Pengaruh Kepercayaan, kemudahan, Kualitas Informasi, dan persepsi resiko terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada pengguna media sosial instagram dikota Yogyakarta)”.
- Fandy Tjiptono. 2016. *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung:PT Alfabet.
- Firdaus, M. (2020). “Pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, kemanfaatan dan tagline gratis ongkir terhadap minat beli ulang pada situs Shopee online Shope” (Studi Pada Mahasiswa FEB Unisma).
- Faisol. A., Asiyah. S., Fitria. A., (2021) “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce Shopee”. E – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN Fakultas Ekonomi Unisma Vol.10, No.4.
- Fanny, A., P., & Sri, S., I., (2020). “Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee paylater”. Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 8, No. 3.
- Haekal, A., & Widjajanta, B., (2016) “Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Membeli Secara Online Pada Pengunjung Website Classifieds Indonesia”. *Journal of Business Management and Entrepreneurship Education Volume. 01, No.01.*

- Hendara, H. & Amirudin, M. A., (2019). “*Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian secara online di Lazada.co.id*” (Studi kasus pada mahasiswa Perguruan Tinggi Pelita Indonesia) *Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan bisnis* Vol. 4, No. 2.
- Istiarni, P. R. D., & Hadiprajitno, P. B. (2014). *Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Intenet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening*. *Journal Of Accounting*, 3(2), 1–10.
- Kotler, & Amstrong (2014). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Proses Keputusan Pembelian*. Pratama, I Putu Agus Eka. (2015) *E-Commerce, E-Business dan Mobile Commerce*. Bandung: Informatika Bandung.
- Marheni Eka Saputri. 2021. “*Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan resiko terhadap Keputusan Pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater*”.
- M. Agus Maulana. 2019. “*Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian secara online pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*”.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia.
- Dewi, R. Y., Yulianeu, Haryono, A. T., & Gagah, E. (2016). *Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*. *Journal Ilmiah*, 1, 1–7.
- Siti Aisah. 2022. “*Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian pada penggunaan transaksi Shopee Paylater (Studi kasus Mahasiswa FEB UNISMA)*”.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : ALFABETA.