

DAFTAR PUSTAKA

- Adhawiyah, N., & Yuniati, T. (2018). *Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 7, Nomor 6, 20.
- Ayuningtyas, K., & Gunawan, S.E., M.Sc, K. (2018). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam*. Journal of Applied Business Administration, Vol 2, No 1, 14.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Purposive dengan SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Heni, D. A., Mursito, B., & Damayanti, R. (2020). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Transaksi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online*. Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah, Vol.18 No.2, 5.
- Hidayat, I., Arifin, R., & Priyono, A. (2017). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Harga Dan Kualitas Informasi Penggunaan E-Commece Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Bukalapak.Com (Studi Pada Mahasiswa SI Fak.Ekonomi Unisma Angkatan 2013)*. e – Jurnal Riset Manajemen, 15.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Rahmizal, M., & Yuvendri, R. (2020). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Shopee Lamongan*. Jurnal Pundi, Vol. 04, No. 03, 14.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT.Alfabet.

Sani, D. F. (2023). *Pengaruh Promosi, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan E-Commerce Shopee di Kota Padangsidempuan* (Doctoral dissertation).