

## DAFTAR PUSTAKA

- Alwafi, F., & Magnadi, R. (2016). Pengaruh Persepsi, Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Tokopedia.com. *Journal of Management*, 5.
- Arianto, N., & Octavia, B. D. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(2), 98. <https://doi.org/10.32493/dr.v4i2.9867>
- Chotimah, N. (2019). Pengaruh Kualitas Website Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Pada Aplikasi Mobile Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen EMOR*, 3(1), 63–72.
- Databoks.katadata. (2023). *Ini Persaingan Kunjungan 5 E-Commerce Terbesar di Indonesia Sepanjang 2023*. Databoks.Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/-/statistik/2c6920fc18f1b57/ini-persaingan-kunjungan-5-e-commerce-terbesar-di-indonesia-sepanjang-2023>
- Dewi, N. D., & Nina. (2019). Pengaruh Kemudahan, Keamanan Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian secara *Online* menggunakan Aplikasi Shopee (Studi kasus mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo). *JURNAL EKOMAKS: Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 8(1), 25–32. <https://doi.org/10.33319/jeko.v8i1.29>
- Erlangga, Heri, et al. (2021). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Di PT Panca Sakti Perkasa Di Bintaro." *Jurnal Ilmiah PERKUSI* 1.4
- Farisman, S. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan. Konsumen Federal Internasional Finance Pos Tandes Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset*.
- Fatimah, H. N., & Nurtantiono, A. (2022). The Influence of Brand Image, Promotion, Price, and Service Quality on Purchase Decisions (Shopee Application Users). *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(1), 106–133.
- Fauziah, Auliyatul, (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Pengalaman Belanja Terhadap keputusan Pembelian Pada Situs *Online* BliBli.com. *Skripsi*, Universitas Islam 45.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. [http://iaiglobal.or.id/v03/files/draft\\_ed\\_sak\\_emkm\\_kompilasi.pdf](http://iaiglobal.or.id/v03/files/draft_ed_sak_emkm_kompilasi.pdf)
- Hildaria, H. (2017). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Pengalaman Berbelanja, dan.

Kemudahan Transaksi terhadap Minat Belanja *Online* di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*.

- Kotler & Keller. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran. Edisi Ke Enam* Yogyakarta: Andi
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kristiawan, A., dkk. 2021. Pengaruh Pengalaman Belanja *Online* Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan (Segmen: Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Marantha Pelanggan Shoppe dan JD.id). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, Vol 8 No.2, 2021
- Ling, K. C., Chai, L. T., & Piew, T. H. (2010). The Effects of Shopping Orientations, *Online* Trust and Prior *Online* Purchase Experience toward Customers' *Online* Purchase Intention. *International Business Research*, 3(3), 63. <https://doi.org/10.5539/ibr.v3n3p63>
- Mardiah, A., & Anugrah, H. (2020). Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan, Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Ulang Secara *Online* the Effect of Shopping Orientation, Trust, and Purchase Experience on *Online* Re-Buying Interest. *Menara Ilmu*, 19(02), 1–11.
- Mudiar, W., & Hervianto, D. R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko *Online* Tokopedia (Studi pada Konsumen Tokopedia Jakarta). *Jurnal Simposium Nasional Ilmiah*, November, 415–423. <https://doi.org/10.30998/simponi.v0i0.350>
- Melinda, Jeni (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pengalaman belanja Terhadap keputusan pembelian Pada Situs Belanja *Online* Bukalapak. *Skripsi*. Universitas Islam 45
- Nurmanah, I., & Nugroho, E. S. (2021). Pengaruh Kepercayaan (Trust) Dan Kualitas Pelayanan *Online* (E-Service Quality) Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Shop Bukalapak. *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(1), 11. <https://doi.org/10.31602/atd.v5i1.3384>
- Priatna, A., Yusuf, A., & Apriliani, C. (2022). Analisis Kualitas Layanan Tokopedia Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Service Quality Di Karawang. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 15, 382–392. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v15i2.856>

- Rahmadi, H., & Malik, D. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Tokopedia.Com Di Jakarta Pusat. *Reformasi Administrasi*, 3(1), 126–145. <https://doi.org/10.31334/v3i1.100>
- Ramdayani, R. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Efektivitas Iklan Situs Jual-Beli *Online* Bukalapak Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswa Institut STIAM I Jakarta Kampus Bekasi B). *JISIP*, 1(2).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, R&D*. Alfabeta.
- Susanto. (2016). Pengaruh Ekuitas Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Layanan Telepon Seluler Esia. *Jurnal Ilmiah Widya*, 4(3).
- Siregar, Syofian. 2016. *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi Spss Versi 17*. Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada 2016.
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran, Edisi Ke-4*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik. Edisi ke-3*. Yogyakarta: Andi.
- Theresia, Ni Made & I Made Wardana. 2019. Pengaruh Pengalaman Belanja *Online*, Keputusan Pelanggan, dan Adjusted Expectation Terhadap Niat Membeli Kembali Melalui Traveloka. *E-Jurnal Manajemen*, Vol 8 No 8, 2019.