

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyani, D. (2014). *Pengaruh Faktor Keamanan, Pengetahuan Teknologi Internet, Kualitas Layanan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial*. Universitas Bengkulu: Bengkulu.
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. (2022). Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 663-674.
- Atmawijaya, A. P., & Supriyono, S. (2023). Pengaruh Keamanan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 861-866.
- Daiman, M. S., Yulita, I. K., & Poerwanto, G. H. (2023). Pengaruh Harga, Kepercayaan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna E-commerce Tokopedia. *EXERO: Journal of Research in Business and Economics*, 6(1), 83-103.
- DY, M. U., & Wahyuati, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(6).
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Kotler, Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip and Garry Amstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip & Amstrong Gary. (2013). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi ke-1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ke 9. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2016). *Marketing Management*. Jakarta: Erlangga.
- Kuswanto, V. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia di Jakarta/Vincent Kuswanto/21190351/Pembimbing: Tony Sitingjak.

- Nasikah, D., & Fuadi, S. (2022). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 16(1), 162-173.
- Nawang Sari, S., & Pramesti, W. N. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Tokopedia.com). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(3), 385-394.
- Nursukma, H. (2021). *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Data, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Resiko Menggunakan e-Commerce terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei pada Pengguna Aplikasi Tokopedia di Ponorogo)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Park, Chung-Hoon., and Young-Gul Kim. (2006). The Effect of Information Satisfaction and Relational Benefit on Consumers Online Site Commitments. *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, Vol. 4 (1) :70-90.
- Setiawan, E. H. (2017). *Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan dan Risiko Kinerja Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi kasus Tokopedia. com di Kabupaten Lumajang)*. Undergraduate Tesis.
- Stiawan, D. (2005). *Sistem Keamanan Komputer*. Elex Media Komputindo: Jakarta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Penekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian dan Pendekatan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&d*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Tjiptono, F. (2015). *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Turban, E.dkk. (2015). *Electronic Commerce 2012: A Managerial and Social Networks Perspective*. Pearson.