

DAFTAR PUSTAKA

- Hadi, R. M., Februadi, A. C., & Gunawan, A. I. (2021). KONSUMEN DALAM BELANJA ONLINE. 4–5.
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28. <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>
- Kotler, P. (2018). *Managemen pemasaran, jilid 1. PT Indeks Kelompok Gramedia, 1(Cara memanage pemasaran), 1.* <http://jurnal.unpad.ac.id/sosiohumaniora/article/view/12249/6227>
- Peningkatan, S., Pegawai, K., Unit, P., Kendaraan, P., Perhubungan, D., Informatika, K. D. A. N., Sleman, K., Widodo, A., Manajemen, P. M., & Wiwaha, S. W. (2016). IE Ja W ng id an ya P Wi la w gi a at ha Ja W ng id an ya P Wi la w gi a at ha. 154115377, 1–95.
- Adinata, K. J., & Yasa, N. N. K. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, Dan Sikap Terhadap Niat Beli Kembali Di Situs Lazada. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(8), 4153. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i08.p05>
- Anwar, R. N., & Afifah, A. (2018). Kepercayaan dan Keamanan Konsumen terhadap Minat Beli di situs Online (Studi Kasus pengunjung situs Lazada di Jakarta Timur). *Jurnal Manajemen*, 9(1), 46. <https://doi.org/10.32832/jm-uika.v9i1.1316>
- Lisdiana, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Secara Onlinedi Online Shop Lazada. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 4(2), 1356–1367.
- Nur, A., & Arnu, A. P. (2021). Pengaruh promosi dan harga terhadap proses keputusan pembelian konsumen The effect of promotion and price on the consumer purchasing decision process. 23(3), 383–390.
- Putri, C. I. D., & Sudiksa, I. B. (2018). Peran Kepercayaan Dalam Memediasi Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Niat Beli Online Pada Situs Lazada. *E-JurnalManajemenUniversitasUdayana*, 7(7), 254165. <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1370156&val=989&title=PERAN KEPERCAYAAN DALAM MEMEDIASI PENGARUH PERSEPSI RISIKO TERHADAP NIAT BELI ONLINE PADA SITUS LAZADA>
- Sahara, N. iwan, & Prakoso, fazar adi. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada*, 1177.

- Yusup, D. H. S. M. (2018). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi. Jurnal Ekonomi, 6(3), 1–27.
- Iii, B. A. B. 2021. “3.1.1 Jenis Penelitian.”
- Nisa, Sarah Rhausan. 2021. “Pengaruh Kompetensi Pedagogik Guru Terhadap Pendidikan Agama Islam Kelas VII Di Smp Muhammadiyah 57 Medan.” 1:73–80.
- Prof, Dr. Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. 2019 th ed. Bandung.
- Fabiana Meijon Fadul. 2019. 16–32.
- Matik. 2018. “Gambar 2.1 Kerangka Konseptual 8.” 8–29.
- Shilawati. 2020. “Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan POS.” *Jurnal Artikel* 2(2020):6–25.
- Drs.Danang Sunyoto, S.H, M.2014. 1st ed. Yogyakarta.
- Korry, Debby Ivana. 2017. “Pengaruh Status Kerja Ibu Rumah Tangga Terhadap Coping Stress.” *Repository Unika Sogijapranata* 36–44.
- Suharsono, Riyanto Setiawan, and Rini Purnama Sari. 2019. “Pengaruh Promosi Media Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab.” *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis* 1(2):41. doi: 10.47201/jamin.v1i2.28.