

DAFTAR PUSTAKA

- Chung, P. S. A. F. E. D. B. U. M. (2018). Studi Kasus Sistem Informasi Manajemen. Cv.Seribu Bintang.
- Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2022
- Dewi Apriliya, "Pengaruh Faktor Keamanan dan Privasi, Metode Pembayaran, Endorsement, Perceived Value Terhadap Keputusan pembelian Dalam E-commerce"(Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia,2021)
- Ghozali, Imam. (2020). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS
23. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Handayani, "Pengaruh Metode Pembayaran Dan Mudahnya Transaksi Terhadap Minat Pembelian Di zalora online Shopping," UG Jurnal Vol. 15, no. No. 4 (April 2021): Hlm. 4.
- Hendra, & Amin, A. M. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Lazada.Co.id. Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis, 4(2), 258–275.
- Halaweh, M. (2018) 'Cash on delivery (COD) as an alternative payment method for e-commerce transactions: Analysis and implications' International Journal of Sociotechnology and Knowledge Development, 10(4), pp. 1–12. doi: 10.4018/IJSKD.2018100101.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. Jurnal Manajemen, 6(1), 31–42.
- Imanda, N., & Nuridin. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Fashion pada Online Shop Yellow Facy Jeans Melalui Media Sosial Instagram, Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana, Vol.6(3)
- John C.Mowen, Perilaku Konsumen, (Jakarta: Erlangga, 2022), h.11.
- Kotler Phillp. (2021). manajemen pemasaran. CV Budi Utama, Jakarta
- Kotler, P., dan Armstrong, G., (2018). Principles of Marketing, 17th Edition, New Jersey: Prentice Hall.

- Manik, D. E. M. (2018). Pengaruh Citra Perusahaan dan Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT. Astra Internasional-Medan
- Novita, D., & Wulandari, S. (2020). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi (Participation) Pelanggan Wulan Rent Car. *Journal Of Applied Business And Economics (Jabe)*, 6(3), 259–273.
- Pradika Muthiya Shafa, “Pengaruh Harga, Ulasan Produk, dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian dalam Berbelanja Online Melalui Aplikasi Shopee (Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia,2020) h. 2
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Bahasa Indonesia Jakarta, Pusat Bahasa, 2018.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit Alfabeta,Bandung
- Silviasari, “Penyelesaian Sengketa Konsumen dan Pelaku Usaha dalam Transaksi ECommerce Melalui Sistem Cash On Delivery” dalam *Jurnal Media of Law and Sharia*, (2020), Vol. 1., No. 3
- Umi Amalia Nasution, Elvina Harahap, dan Mulya Rafika, “Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Dan Sistem Pembayaran COD Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa FEB-ULB),” *Journal Of Business and Economics Reasearch (JBE)* Vol. 3, No. 2 (Juni 2022): Hlm.1.