

DAFTAR PUSTAKA

- Aimsyah, Z. (2013). Manajemen Sistem Informasi. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Anggraeni, P., dan Madiawati, P.N. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs www.Traveloka.com. *EProceeding of Management*, Vol. 3, No. 2.
- Ali, H., Hamdan, H., & Mahaputra, M. R. (2022). Faktor eksternal perceived ease of use dan perceived usefulness pada aplikasi belanja online: Adopsi technology accepted model. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(3), 587-604.
- Alma B. 2011. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Penerbit Alfabeta, Bandung
- Alma, MA, Van der Mei, SF, Melis-Dankers, BJ, Van Tilburg, TG, Groothoff, JW, & Suurmeijer, TP (2011). Partisipasi lansia setelah kehilangan penglihatan. *Disabilitas dan rehabilitasi* , 33 (1), 63-72.
- Assauri, Sofjan, 2011. Manajemen Pemasaran. Cetakan ke-11. Penerbit PT RajaGrafindo Persada. Jakarta.
- Cnnindonesia.com.(Dominasi Pasar E-Commerce, Shopee Unggul dari Para Pemain Lain).(2023).<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230626105528-97-966554/dominasi-pasar-e-commerce-shopee-unggul-dari-para-pemain-lain>
- Data.tempo.co.(2020). Pusat Data dan Analisa Tempo (PDAT).<https://www.tempo.co/data/data/top-10-e-commerce-di-indonesia-kuartal-i-2020-248396>.
- Duarte, P., e Silva, SC, & Ferreira, MB (2018). Seberapa nyamankah itu? Memfasilitasi kemudahan belanja online guna meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong e-WOM. *Jurnal Ritel dan Layanan Konsumen* , 44 , 161-169.

- Ghozali, F. (2013). Pengaruh Return On Asset (ROA), Earning Per Share (EPS), dan Debt To Equity Ratio (DER) terhadap harga saham (studi dalam perusahaan properti yang listing di bursa efek Indonesia tahun 2007-2011). *Skripsi Sarjana. Malang. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya* .
- Griffin, J. 2003. Customer Loyalty. Erlangga. Jakarta.
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan pembelian konsumen marketplace Shopee berbasis social media marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Gunawan, H., & Ayuningtiyas, 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*, 2(1), 152-165.
- Hahn, F. E., & Mangun, K. G. (2002). Beriklan dan berpromosi sendiri. Jakarta: PT. Gramedia. Pustaka Utama.
- Hardiawan, A. C., & SUGIONO, S. (2013). *Pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara online (studi dalam pemakai situs jual beli online tokobagus. com)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Hasanah, E., & Thamrin, H. (2016). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Situs Belanja Online Lazada. co. Id. *Tamaddun Ummah (JTU)*, 1(2), 77-88.
- Hatta, H., & Salman, M. (2016). Keputusan Pembelian: Pengaruh Kualitas Informasi dan Komunitas Virtual Samsung Galaxy Tab di E-Commerce. *Ekonomi Bisnis*, 21(1), 54977. (Park & Kim 2003)
- Hidayat, R. A., & Wahyuati, A. (2019). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 8(12).

- Hidayat, R. A., & Wahyuati, A. (2019). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 8(12).
- Hidayat, R. A., & Wahyuati, A. (2019). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 8(12).
- Hidayatullah, S., Waris, A., & Devianti, R. C. (2018). Perilaku generasi milenial pada memanfaatkan aplikasi Go-food. *Jurnal Manajemen dan kewirausahaan*, 6(2), 240-249.
- Indah, W. V. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Aplikasi Shopee. *Jurnal Manajemen*, 4(1), 51-63.
- Indah, W. V. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Aplikasi Shopee. *Jurnal Manajemen*, 4(1), 51-63.
- Investor.id.(2021).https://investor.id/business/266394/shopee-jadi-ecommerce-peringkat-teratas-di-indonesia#goog_rewarded.
- Jogiyanto, 2007.Sistim Informasi Keperilakuan.Edisi revisi.Yogyakarta: Andi offset
- Kartika, Hendra, and Dani Firmansyah. "Peran kesadaran metakognitif terhadap kemampuan pemecahan masalah matematis." *Jurnal Theorems* 3.2 (2018): 1-6.
- Katadata.databoks.(2018).<https://databoks.katadata.co.id/e-commerce/statistik/6658a8fd369c61e/indonesia-jadi-negara-dengan-kenaikan-e-commerce-tercepat-di-dunia> .
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). Principle of Marketing 14th edition.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran.

- Kotler, P., Armstrong, G., Ang, SH, Leong, SM, Tan, CT, & YAU, O. (2008). Prinsip pemasaran: Perspektif global.
- Luthfiya, J. (2014). Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Pada Siswa/I SMA Yayasan Pendidikan Harapan 3 Medan.
- Muhidin, S. A., & Abdurahman, M. (2017). Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur pada Penelitian (Cetakan 3). *CV Pustaka Setia*.
- Poutina, YB, Ismail, YL, & Abdussamad, ZK (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Belanja Online Shopee (Studi dalam Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo). *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* , 5 (2), 474-484.
- Shomad, A. C., & Purnomosidhi, B. (2012). Pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko terhadap perilaku pemanfaatan E-commerce. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2).
- Siagian, H., & Cahyono, E. (2014). Analisis website quality, trust dan loyalty pelanggan online shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 55-61.
- Sumawarman, U. (2011). Perilaku Konsumen. *Jakarta: Penerbit Ghalia*.
- Wardani, S. F. A. (2021). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Jual Beli Shopee* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Waziana, W., Saputra, R. H., Sari, N. Y., Kasmi, K., & Aulia, D. (2022). Pemanfaatan E-Commerce Shopee Selaku Upaya Peningkatan Ekonomi Ibu-Ibu PKK Pelaku Bisnis. *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 107-112.