

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, S. D. N & Nuvriasari, A .2021. *Pengaruh Kepercayaan, Promosi, dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Akomodasi Di Aplikasi Traveloka*. **Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen**. Vol 6 No. 1, hal 178-193.
- Agustina, M., Tholok, F. W & Handry .2019. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia (Studi Kasus Wilayah Tangerang)*. **Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis**. Vol 17 No 3, hal 1-13.
- Aulia, H. F., Qomari, N & Noviandari, I .2021. *Pengaruh Potongan Harga, Iklan, dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian di Shopee (Studi Kasus Pengguna Shopee di Universitas Bhayangkara Surabaya)*. **UBHARA Manajement Journal**. Vol 1 No 2, hal 317-323.
- Ayuningtiyas, K & Gunawan, H .2018. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam*. **Journal of Applied Business Administration**. Vol 2 No. 1, hal 152-165.
- Aziz, A & Tiarawati, M .2021. *Pengaruh Reputasi Penjual, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Second Hand (Studi Pada Pengguna Aplikasi Olx)*. **JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia**. Vol 12 No 1, hal 1-14.
- Dyatmika, S. W .2018. *Pengaruh Kualitas Informasi Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia*. **Majalah Ekonomi**. Vol XXIII No. 1, hal 124-134.
- Firmansyah, M.A. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Yogyakarta:Cv Budi Utama. <https://books.google.com/> (diakses 19 September 2021)
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi Sembilan*. Semarang: BP UNDIP.
- Ilmiyah, K & Krishernawan, I .2020. *Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee di Mojokerto*. **Jurnal Manajemen**. Vol 6 No. 1, hal 31-42.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2018. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Ketigabelas*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2016. *Marketing Management Edisi kelima* Belas. USA: Pearson Education.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2020. *Manajemen Pemasaran. Edisi Ketiga* Belas Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kuswanto & Vikaliana, R .2020. *Pengaruh Harga dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Toko Emershop di Tokopedia.com)*. **Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium. Vol 6 No. 2, hal 195-210.**
- Lackermair, G, D., Kailer and K, Kanmaz .2013. *Importance Of Online Product Reviews From A Consumer's Perspective*. 1(1), pp. 1-5
- Lestari, N. A & Iriani, S. S .2018. *Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Situs Mataharimall.com*. **Jurnal Ilmu Manajemen Vol 6 No. 1, Hal 1-7.**
- Mbete, G. S & Tanamal, R .2020. *Effect of Easiness, Service Quality, Price, Trust of Quality of Information, and Brand Image of Consumer Purchase Decision on Shopee Online Purchase*. **Jurnal Informatika Universitas Pamulang. Vol 5 No. 2, hal 100-110.**
- Mellani, C., Bopeng, L. S & Bajari, M .2019. *The Effect of Trust and Information Quality on the Decision to Purchase Airline Tickets on E-commerce Traveloka (Case Study: Traveloka Users in the District of Manokwari)*. **Cakrawala Management Business Journal, Vol 2 No. 1, hal 252-269.**
- Mulyadi, A., Eka, D & Nailis, W .2018. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Online Lazada*. **JEMBATAN - Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Terapan. Vol. XV No. 2, hal 87-94.**
- Mulyani dkk. 2018. *Sistem Informasi Akuntansi : Aplikasi di Sektor Publik*. Bandung: UNPAD Press. <https://books.google.com/> (diakses 8 Januari 2021)
- Nawang Sari, S & Karmayanti, Y .2018. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Online Shop YLK. Store)*. **Konferensi Nasional Sistem Informasi (KNSI).**
- Novianti, R. A., Arifin, R & Hufron, M .2019. *Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Zalora (Studi Pada Mahasiswa Kos Perumahan Griya Shanta Eksekutif Malang)*. **Jurnal Ilmiah Riset Manajemen. Vol 8 No. 17, hal 60-76.**

- Parmariza, Yennida .2019. *Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Informasi, Viral Marketing dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Instagram*. **Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis**. Vol 5 No. 3, hal 192-206.
- Pradwita, R. B. R. P., Handoko, Y & Rachmawati, I. K .2020. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi pada Website www.laroslaptop.com Terhadap Keputusan Pembelian Online*. **Jurnal Apresiasi Ekonomi**. Vol 8 No. 2, hal 212-220.
- Pramono, A., Eldine, A & Muniroh, L .2020. *Pengaruh Harga, Ulasan dan Tampilan Produk Terhadap Keputusan Pembelian secara online*. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol 3 No 3, hal 421-432.
- Prayudha, B. T & Suwitho .2019. *Pengaruh Kemudahan, Risiko, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Tokopedia. Com*. **Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)**. Vol 8 No.8, hal 1-17.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Rafidah, Inas .2017. *Pengaruh Keamanan, Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Lazada*. **Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen**. Vol 6 No. 2, hal 1-17.
- Rahayu, H., Sismanto, A & Arianto, T .2020. *Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Bengkulu)*. **Journal Bima (Business, Management And Accounting)**. Vol 1 No. 1, hal 34 – 48.
- Rahayu, P. D & Djawoto. (2017). *Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia*. **Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)**. Vol 6 No. 10, hal 2-20.
- Rahmawati, L & Nikmah, F .2019. *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Shopee*. **JAB Jurnal Aplikasi Indonesia**. Vol. 5 No. 1, hal 125-128.
- Shafa, P. M & Hariyanto, J .2020. *The Influence Of Prices, Product Reviews, And Payment Methods On Purchase Decisions In Online Shopping Through The Shopee Application (Case Study On Shopee Application Users In Bekasi)*. **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia**. Hal 1-7.

Sudjatmika, Fransiska Vania .2017. *Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.com*. **AGORA**. Vol 5 No.1.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Manajemen (Pendekatan: Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan, Penelitian Evaluasi)*. Alfabeta: Bandung.

Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.

Suliyanto. 2018. *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Yogyakarta: Andi.

Tanjaya, S. C., Mananeke, L & Tawas, H .2019. *Pengaruh Kualitas Informasi, Kepercayaan Dan Kemudahan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vape Di Instagram*. **Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi**. Vol 7 No. 4, hal 4935-4944.

Wibowo, S. F., Sari, E. P & Saidani, B .2017. *The Effect Of Trust And Brand Image On Purchase Decree (US Toyota Car Survey In Jakarta Region)*. **Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)**. Vol 8 No. 2, hal 317-337.

Yuliawan, E., Siagian, H & Willis, L .2018. *Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian*. **Optimal: Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan**. Vol 12 No 2, hal 34-49.

Sumber dari Website :

Iprice Insight [Internet]. Tersedia dalam: <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>. [Accessed 28 Oktober 2020].

Data Map of E-Commerce Indonesia [internet]. Tersedia dalam: https://docs.google.com/spreadsheets/d/1pr6kYmo4_LzLVJIfIQD8KsmwVTRH6Y_zIaTFjI9HXY0/edit#gid=265867094 [Accessed 23 Desember 2020].

Tren dan Peluang Industri E-Commerce di Indonesia [Internet]. Jakarta: CNN Indonesia. Tersedia dalam: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200205204206-206-472064/tren-dan-peluang-industri-e-commerce-di-indonesia-2020>. [Accessed 7Maret 2021].

PDDIKTI [Internet]. Tersedia dalam: <https://pddikti.kemdikbud.go.id/2021>.
[Accessed 16 September 2021]

Dirjen PPI: Survei Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Bagian Penting dari Transformasi Digital [Internet]. Tersedia dalam: https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita_satker [Accessed_ 4 Oktober 2021].

Shopee-Wikipedia ensiklopedia bebas [Internet]. Tersedia dalam: <https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee> [Accessed 26 November 2021].

Tentang Shopee-Karier [Internet]. Tersedia dalam: <https://careers.shopee.co.id/about> [Accessed 26 November 2021].

