

DAFTAR PUSTAKA

- Asih, K. D. C., & Jalari, M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Belanja Online Melalui E-Commerce Shopee (Studi Empiris pengguna e-commerce shopee di Boyolali). *JEBDEKER: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digital, Ekonomi Kreatif, Entrepreneur*, 1(2), 50-59.
- Adhawiyah, N., & Yuniati, T. (2018). Pengaruh harga, promosi, kepercayaan, dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian melalui aplikasi shopee. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(6).
- Agustina, M., Tholok, F. W., & Handry, H. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia (Studi Kasus Wilayah Tangerang). *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(3), 1-13.
- Aisyah, A., & Heriyanto, Y. (2021). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Ilmu Administrasi Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI di Jakarta). *JAMBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(3), 169-187.
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. (2021). 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.
- Ayuningtiyas, Kartika dan Gunawan, Hendra. 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, Abdullah dan Tiarawati, Monika. 2021. *Pengaruh Reputasi Penjual, Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Second Hand. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia. Vol 12 No. 1, hal 1-14.*
- Badir, M., & Andjarwati, A. L. (2020). The Effect of E-WOM, Ease of Use and Trust on Purchase Decisions (Study on Tokopedia Application Users). *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 7(1), 39-52.
- D.Y, M. U., & Wahyuati, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(6).
- Dyatmika, S. W. (2018). Pengaruh Kualitas Informasi Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia. *Majalah Ekonomi*, 23(1), 124-134.

- Emeralda, G., Wulandari, J., & Adistya, D. (2020). Analisis e-trust, e-WOM dan e-service quality dalam keputusan pembelian online. *Jurnal Perspektif Bisnis*, 3(2), 63-75.
- Firmansyah, Dr. Anang (2018) *Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran*. Surabaya Penerbit Deepublish
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hendra, & Amin (2019). Analysis Of Effect Of Trust, Ease, And Promotion On Online Purchase Decision Of Lazada.Co.Id (Case Study On Pelita Indonesia Students) **Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis Vol. 4 No. 2, Desember 2019**
- Heni dkk. 2020. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Transaksi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pengguna Situs Shopee*. **Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah. Vol. 18 No. 2 April 2020**
- Hidayatullah, S. (2019). Pengaruh kemudahan, kepercayaan pelanggan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian online.
- Ilmiah dan Krishernawan. 2020. *Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto*. **Jurnal Manajemen. Vol. 6 No. 1, Juni 2020**.
- Kotler dan Keller. 2016. *Marketing Management 15 Global Edition*. Eidenburgh: Pearson Education Limited.
- Lailiya, N. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia. *iqtishadEQUITY*, 2(2), 113-126.
- Maulana, T. M., & Nasir, N. (2021). Pengaruh Kualitas Informasi Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dimediasi Oleh Kepercayaan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi E-Commerce Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 6(2).
- 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**.
- 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**.

- Ningtiyas, F. (2021, December). The Influence Of Promotion, Price And Service Quality On Online Purchase Decisions. In *Journal Universitas Muhammadiyah Gresik Engineering, Social Science, and Health International Conference (UMGESHC)* (Vol. 1, No. 2, pp. 804-811).
- Peter dan Olson. 2016. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* Edisi 9. Jakarta Selatan: Penerbit Salemba Empat.
- 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.*
- 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.*
- pddikti.kemdikbud.go.id. 2021. Data Perguruan Tinggi. Tersedia dalam: <https://pddikti.kemdikbud.go.id/>. [Accessed 2 May 2022].
- Polla, F. C., Mananeke, L., & Taroreh, R. N. (2018). Analisis pengaruh harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
- Rahayu, Sri. 2021. *Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce Tokopedia. Journal Management, Business and Accounting. Vol 10 No. 1, hal 40-50.*
- Rahmawan, G., & Hidayat, R. (2020). Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada pengguna tokopedia. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 227-232
- Rafidah, I., & Djawoto, D. (2017). Analisis Keamanan Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Lazada. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(2).
- Riyono, R., & Astono, A. D. (2019). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Oleh Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 10(1), 61-71.
- Salsabila, H. Z., Susanto, S., & Hutami, L. T. H. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 87-96.
- Sinurat, V. A. R., & Ali, M. M. (2020). Analysis of E-Service Quality and Quality Information on Trust and Impact on Purchase Decision on Consumer Tokopedia.

- Sari, F. P., & Hawignyo, H. (2021). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Tokopedia. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 4(2), 755-763.
- Sari, N. E., & Oswari, T. (2020). Pengaruh kemudahan, kepercayaan, dan keamanan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian pada toko online Tokopedia. *Creative Research Management Journal*, 3(2), 34-46.
- Suryaningwulan, R. P. (2020). Peran Daya Tarik Konten, Kemudahan Penggunaan Dan Kualitas Interaksi Layanan Dalam Meningkatkan Pembelian Daring Di E-Commerce Blibli. Com Di Purwakarta. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(1), 78-84.
- Sugiyono. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA, cv.
- Susanto, D., Fadhilah, M., & Udayana, I. B. N. (2021). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Study Kasus Pada Konsumen Shopee Di Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 18(2), 89-97.
- 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.*
- Waro, S. S. A., & Widowati, M. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Celebrity Endorser, dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce di Kota Semarang. In *Prosiding Seminar Nasional Unimus (Vol. 3)*.
- Yulandra, Syaf Tri dan Haryati, Rice. 2020. *Pengaruh Reputasi, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Rio Mini Market di Lubuk Basung Kabupaten Agam. Jurnal Matua. Vol 2 No. 4, hal 295-306.*
- Yuliawan, Eko dkk. 2018. *Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Zalora Indonesia. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan. Vol. 12 No. 2 2018.*

Sumber dari Internet:

<https://www.telkomiot.com/blog/apa-itu-internet-of-things-panduan-lengkap-iot/>
(Diakses 6 April 2022)

https://kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita_satker (Diakses 25 Mei 2022)

<https://idalamat.com/alamat/955/pt-tokopedia-tokopediacom> (Diakses 8 April 2022)

<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/> (Diakses 12 April 2022)

<https://fokusbanyumas.id/jumlah-penduduk-didominasi-generasi-z-dan-millennial-usia-8-hingga-39-tahun/> (Diakses 16 April 2022)

<https://pddikti.kemdikbud.go.id/> (Diakses 1 Mei 2022)

<https://www.alinea.id/gaya-hidup/transaksi-e-commerce-didominasi-generasi-z-dan-milenial-b1ZRL9woj> (Diakses 26 Mei 2022)

<https://banyumaskab.bps.go.id/statictable/2021/10/29/384/perguruan-tinggi-jumlah-mahasiswa-dan-tenaga-pendidik-negeri-dan-swasta-di-bawah-kementerian-riiset-teknologi-dan-pendidikan-tinggi-di-kabupaten-banyumas-2019-2020-dan-2020-2021.html> (Diakses 26 Mei 2022)

<https://www.tokopedia.com/about/> (Diakses 4 Agustus 2022)