

DAFTAR PUSTAKA

- Abiana dan Akib .2020. *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee*. Jurnal Kajian Ekonomi Syariah. Vol. 4, No.1.
- Adi. 2014. Aplikasi Sistem Informasi Perpustakaan di SMK Takhassus Klaibeber Wonosobo. Jurnal PPKM UNSIQ. 2354-869X.
- Agus dan Bambang .2020. *Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pemebelian Secara Online*. Winter Journal IMWI Student Research Journal. Vol. 1, No. 1.
- Alfirdausi dan Marpaung .2022. *Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee di Kabupaten Bekasi*. Jurnal Parameter. Volume 7, No. 1, Februari 2022 Hal. 181-192.
- Ansen .2020. 4 Fungsi Ulasan Produk dan 5 Manfaat Promosi Online. Belirus.com: <https://belirus.com/ketahui-4-fungsi-ulasan-produk-dan-5-manfaat-promosi-online/>.
- Ariningrum dan Aeni .2020. *Pengaruh Kualitas Informasi dan Sosial Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Di Media Sosial*. Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian Masyarakat. Vol. 5, No. 2, Hal 463-467.
- Firmansyah .2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planing & Strategi)* Cetakan pertama CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, .2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Cetakan kedelapan. Semarang: BPUNDIP.
- Hendra dan Amin .2019. *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Lazada. Co. Id*. Jurnal Akuntansi. Vol. 4, No. 2, Hal 258-275.
- Heni, Mursito, Damayanti .2020. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Transaksi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pengguna Situs Shopee*. Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta. Vol. 18, No. 2.
- Heriyana .2020. *Pengaruh Kepercayaan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Belanja Online*. Jurnal Ekonomia. Vol. 10, No. 1.
- Ilmiah dan Krishernawan .2020. *Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Mojokerto*. Jurnal Manajemen Program Studi Manajemen STIE SULTAN AGUNG. Volume 6, No 1, Hal 31-42.

- Ilyas .2022. Begini Cara Jualan dan Belanja di TikTok Shop, Gampang!. Diambil kembali dari [finance.detik.com: https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6088690/begini-cara-jualan-dan-belanja-di-tiktok-shop-gampang](https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6088690/begini-cara-jualan-dan-belanja-di-tiktok-shop-gampang)
- Irwansyah, Listya, Setiorini, Hanika, Hasan, Utomo, Bairizki, Lestari, Rahayu, Butarbutar, Nopus, Hasbi, Elvera, Triwardhani .2021. *Perilaku Konsumen*. Cetakan pertama. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Istanti, F. 2017. Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan Berbelanja Dan E-Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online Di Kota Surabaya. *Jurnal Bisnis Teknologi*.
- Ivadah dan Sharif .2021. *Pengaruh Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Fashion Pada E-commerce Shopee*. E-Proceeding Of Management. Vol. 8, No. 4, Hal 3282.
- Jefryansyah dan Muhajirin .2020. *Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Barang Secara Online*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol. 2, No. 1.
- Karim, Wolok, Radji .2020. *Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online*. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. Vol. 3, No. 2.
- Khotimah & Febriansyah. 2018. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Konsumen Dan Kreativitas Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Online Shop. *JMSAB JURNAL*.
- Kotler & Keller. 2016. *Marketing Managemen 15th Global Ed*. United States of America: Courier/Kendallville.
- Mulyadi, Eka, Nailis .2018. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Online Lazada*. *JEMBATAN-Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan Tahun XV* No. 2, Oktober 2018.
- Mulyana .2021. *Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee di Pekanbaru*. *Jurnal Daya Saing* (Vol 7, No. 2 Juni 2021).
- Mustika & Arifin. 2021. The Influence Of Trust And Information Quality On Online Purchase Decision In The Shopee Application (A Study On PT. Sri Bogor's Employee). *International Journal Of Social Science (IJSS)*.
- Mustika dan Arifin .2021. *The Influence Of Trust and Informasi Quality On Online Purchase Decision In The Shopee Application*. *Internasional Journal Of Social Science (IJSS)*. Vol. 1, No. 2.

- Oktriwina Seftin Alifia .2022. Diambil kembali dari <https://glints.com/id/lowongan/tiktok-shop-adalah/#.Y8e-sD1BzIU>
- Pddikti.kemdikbud.go.id/. 2021. Data Jumlah Mahasiswa Kampus di Wilayah Banyumas: <https://pddikti.kemdikbud.go.id/>
- Pramono, Eldine, Muniroh .2020. *Pengaruh Harga, Ulasan Produk, dan Tampilan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*. Jurnal Ilmu Manajemen. Vol. 3, No. 3, Hal 421-432.
- Prayudha .2019. *Pengaruh Kemudahan, risiko, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Tokopedia.Com*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol 8, No. 8.
- Puspita . 2019. *Sejarah Shopee, Model Bisnis, dan Visi Misinya*. Pojok Sosmed.com : <https://pojoksosmed.com/marketplace/sejarah-shopee/>
- Putri . 2017. *Manajemen Pemasaran*. Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Rachmawati, Hidayatullah, Nuryanti, Wulan .2020. *The Effect Of Consumer Confidence On The Relationship Betwen Ease Of Use and Quality Of Information On Online Purchasing Decisions*. Internasional Journal Of Scientific & Technology Research. Vol. 9, No. 4.
- Rahayu .2021. *Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce Tokopedia*. Jurnal Management, Business, and Accounting. Vol. 20, No. 1.
- Rahayu, Sismanto, Arianto .2020. *Pengaruh harga, Ulasan Produk, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Shopee*. Journal Bima (Business, Management and Accounting), Vol. 1, No. 1, Hal 34-48.
- Sari dan Hawignyo .2021. *Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Tokopedia*. Journal Of Economic, Business and Acounting. Vol. 4, No.2.
- Saripa. 2019. *Pengaruh Ulasan Dan Penilaian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Tokopedia (Studi Kasus 3 Kecamatan Dikota Makassar)*. Skripsi. Sekolah Tinggi Ekonomi Nobel Indonesia.
- Sobandi & Somantri. 2020. *Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*. Winter Journal.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*, Edisi 1. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Manajemen (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan, Penelitian Evaluasi)*. Bandung: Alfabeta.

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

Wikipedia (2016, September) TikTok. Diambil kembali dari <https://id.wikipedia.org:https://www.google.com/search?q=tiktok&oq=tiktok&aqs=chrome.69i59j2j0i131i433i512i3j0i512j69i60l2.1998j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>

Yuliawan, dkk. 2018. Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Zalora Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskill Medan). *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*.

Yuliawan, Siagian, Willis .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.

Yusuf dan Masreviastuti .2020. *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Layanan GrabFood Malang*. *JAB Jurnal Aplikasi Bisnis*. Vol. 6, No.