

DAFTAR REFERENSI

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial least square (PLS) : Alternatif structural equation modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis. Edisi 1*. Yogyakarta: Andi.
- Afandy, M. I. (2022, 4 26). Shopee atau Tokopedia, pilih yang mana? <https://cxsense.com/id/artikel/shopee-atau-tokopedia-pilih-yang-mana-id>
- Ahmad. (2021, 1 1). Pengertian E-Commerce: Jenis, Contoh, dan Manfaat. <https://www.gramedia.com/literasi/e-commerce/>
- Angkat, D. W., & Prihatini, A. E. (2018). Pengaruh Kemudahan, Kualitas Informasi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Lazada. *JIAB : Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7, 1-8.
- Annur, C. M. (2022, 9 20). Ini Situs E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak per Agustus 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/20/ini-situs-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-per-agustus-2022>
- 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*, 2(1), 152–165.
- Bayu, D. (2022, 6 10). APJII: Pengguna Internet Indonesia Tembus 210 Juta pada 2022. <https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022>
- Davis, G. B. (2016). *Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen*. Palembang: Maxikom.
- Dewi, C. R., Kertiyasa, N. N., Giantari, K., & Sukawati, T. G. (2020). The Effect of Security, Trust and Ease of Use towards Repurchase Intentions Mediated by E-satisfaction on Online Travel Agent. *Jour of Adv Research in Dynamical & Control Systems*, 12, 2-16. https://www.researchgate.net/publication/344564327_The_Effect_of_Security_Trust_and_Ease_of_Use_towards_Repurchase_Intentions_Mediated_by_E-satisfaction_on_Online_Travel_Agent/link/5fd8907392851c13fe8955cd/download
- Febriani, N. A., & Ardani, I. K. (2021). The Influence of Customer Experience, Ease of Use, and Trust on Repurchase Intention (Case Study of Tokopedia Consumers in Denpasar). *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5, 1-6. <https://www.ajhssr.com/wp-content/uploads/2021/02/ZR2152378383.pdf>

- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2016). *Multivariate Data Analysis, Seventh Edition*. <https://www.drnishikantjha.com/papersCollection/Multivariate%20Data%20Analysis.pdf>
- Harahap, L. K. (2020, 1 1). Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square). *fstwalisongo*, p. 1.
- Hasan, A. (2013). *Marketing*. Yogyakarta: Pressdindo.
- Indotelko. (2019, 6 13). Generasi tua banyak kesulitan hadapi tantangan teknologi. <https://www.indotelko.com/read/1560395506/generasi-tua>
- jaringanprima.co.id. (2020, 11 10). Start Up Unicorn Indonesia 2020. [www.jaringanprima.co.id: https://www.jaringanprima.co.id/id/start-up-unicorn-indonesia-2020](https://www.jaringanprima.co.id/id/start-up-unicorn-indonesia-2020)
- Kompas.com. (2022, 6 15). Tren Belanja Kuartal I-2022, Tokopedia: Travel dan Entertainment Naik Dua Kali Lipat. [money.kompas.com: https://money.kompas.com/read/2022/06/15/111100526/tren-belanja-kuartal-i-2022-tokopedia--travel-dan-entertainment-naik-dua-kali](https://money.kompas.com/read/2022/06/15/111100526/tren-belanja-kuartal-i-2022-tokopedia--travel-dan-entertainment-naik-dua-kali)
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga.
- Maulana, A., & Rismawan, R. (2020). *APLIKASI E-COMMERCE APLIKASI E-COMMERCE. December*.
- 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*, 15, 1-8. <https://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jembatan/article/view/6656/pdf>
- Muriati, & Rino. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Word of Mouth terhadap Niat Membeli Kembali dengan Keputusan Pembelian sebagai Mediasi dalam Menggunakan Maxim. *Jurnal Ecogen*, 5, 11-13. <http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/pek/article/view/13720>
- Musyaffi, A. M., Khairunnisa, H., & Respati, D. K. (2022). *KONSEP DASAR STRUCTURAL EQUATION MODEL- PARTIAL LEAST SQUARE (SEM-PLS) MENGGUNAKAN SMARTPLS*. Banten: Pascal Books.
- MyRepublic. (2022, 1 28). Tau Gak Sih? Ini Dia 10 Negara Pengguna Internet Terbesar Di Dunia. [myrepublic.co.id: https://myrepublic.co.id/negara-pengguna-internet-terbesar-di-dunia/](https://myrepublic.co.id/negara-pengguna-internet-terbesar-di-dunia/)
- Napitupulu, M. H., & Supriyono. (2023). Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce Lazada di Surabaya. *Al-*

Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Bisnis Syariah, 5, 1-12.
<https://journal.laaroiba.ac.id/index.php/alkharaj/article/view/1335/1248>

- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Jurnal ECOBISMA*, 7, 1-11.
<https://jurnal.ulb.ac.id/index.php/ecobisma/article/view/1528/1501>
- Oktara, R., Kusumatriana, A. L., Hasyiyati, A. N., Untari, R., Syakilah, A., Fernando, E., . . . Sutarsih, T. (2022). *Statistik E-commerce 2022*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
<https://www.bps.go.id/publication/2022/12/19/d215899e13b89e516caa7a44/statistik-e-commerce-2022.html>
- Prabowo, E. S., & Wiratno, E. (2019). Analisis Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian secara Online. *Jurnal Insitusi Politeknik Ganesha Medan*, 2, 1-12.
<https://jurnal.polgan.ac.id/index.php/juripol/article/view/234>
- Ramadhan, R. F., Komaladewi, R., & Mulyana, A. (2021). Online Purchase Decision Model From A Trust and Ease of Use Perspective in the Online Marketplace (Case Study at Tokopedia.com). *Journal of Business Studies and Management Review (JBSMR)*, 5, 1-6. <https://online-journal.unja.ac.id/jbsmr/article/view/17062/12832>
- Rerung, R. R. (2018). *E-commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Romindo, Muttaqin, Saputra, D. H., Purba, D. W., Iswahyudi, M., Banjarhanor, A. R., . . . Simarmata, J. (2019). *E-commerce: Implementasi, Strategi, dan Inovasinya*. Sumatera Utara: Yayasan Kita Menulis.
- Shahnaz, K. (2022, 10 21). Ini E-Commerce Paling Populer Di Indonesia, Tokopedia atau Shopee? [teknologi.bisnis.com: https://teknologi.bisnis.com/read/20221021/266/1590151/ini-e-commerce-paling-populer-di-indonesia-tokopedia-atau-shopee](https://teknologi.bisnis.com/read/20221021/266/1590151/ini-e-commerce-paling-populer-di-indonesia-tokopedia-atau-shopee)
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sulistiyorini, I. (2022, 11 21). Kuartal III-2022, Kinerja GoTo Berhasil Tumbuh Melebihi Ekspektasi. [investasi.kontan.co.id: https://investasi.kontan.co.id/news/kuartal-iii-2022-kinerja-goto-berhasil-tumbuh-melebihi-ekspektasi](https://investasi.kontan.co.id/news/kuartal-iii-2022-kinerja-goto-berhasil-tumbuh-melebihi-ekspektasi)
- Suteja, J. (2023, 1 20). Shopee, Tokopedia, dan Lazada, Siapa Juara? . [investor.id: https://investor.id/business/319585/shopee-tokopedia-dan-lazada-siapa-juara](https://investor.id/business/319585/shopee-tokopedia-dan-lazada-siapa-juara)

- Verina, T., & Susanti, A. (2022). Pengaruh Customer Experience, Easy of Use, dan Customer Trust terhadap Repurchase Intention Situs Jual Beli Online Shopee dikalangan Mahasiswa Kota Surakarta. *Educational Leadership*, 2, 11-13. <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/eduleadership/article/view/29902>
- Widi, S. (2022, 7 8). Daftar E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak per Kuartal I/2022. [dataindonesia.id: https://dataindonesia.id/digital/detail/daftar-ecommerce-dengan-pengunjung-terbanyak-per-kuartal-i2022](https://dataindonesia.id/digital/detail/daftar-ecommerce-dengan-pengunjung-terbanyak-per-kuartal-i2022)
- Yuliawan, E., Siagian, H., & Willis, L. (2018). Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Zalora Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan). *OPTIMAL : Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 12, 1-16. <https://jurnal.unismabekasi.ac.id/index.php/optimal/article/view/1016/133>