

DAFTAR REFERENSI

- Agustiningrum, D., & Andjarwati, A.L. (2021). Pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan keamanan terhadap keputusan pembelian di marketplace. Surabaya : Jurnal Ilmu Manajemen Volume 9 Nomor 3
- Amilia, S., & Asmara, M.O. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. Jurnal manajemen dan keuangan, ISSN 2252-844X
- Anggraeni, D.P., Kumadji, S., & Sunarti. (2018). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). Malang : Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Samudra
- Auli,S., Baslamah, M.R., & Millanningtyas, R. (2018). Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. Malang : Fakultas Ekonomi Unisma
- Avania, I.K., & Widodo, A. (2022). Affect Of E-Service Quality On E-Customers Loyalty Through E- Customers Satisfaction On E-Commerce Shopee. Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal), 1(2), 535-546.
- Cahyadi, B.B., & Shihab, M.S. (2022). Membangun loyalitas melalui kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan sebagai mediasi. Jakarta : Universitas Bakrie Jakarta
- Fadhillah, A., Zebua, Y., & Prayoga, Y. (2021). Analysis of Information Quality, Trust and Satisfaction on Customer Participation (Case Study on Customer Online Shop Shopee in Rantauprapat). Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal), 2(5), 3039-3051.
- Kasmi., Candra,A.N. (2017). Penerapan e-commerce berbasis business to consumers untuk meningkatkan penjualan produk makanan ringan khas pringsewu. Lampung : STMIK
- Latifah, N., Widayani, A., & Normawati,R.A. (2020). Pengaruh perceived usefulness dan trust terhadap kepuasan konsumen pada e-commerce shopee. Bisma: Jurnal Bisnis dan Manajemen, 14(1), 82-91
- Lestari, S., Handayani, N.U., & Mahacandra, M. (2021). The influence of using shopeepay and shopee paylater features on shopee user purchasing decisions

during the covid-19. Semarang : Department of Industrial Engineering and Management

- Masitoh, M.R., Wibowo, H.A., & Ikhsan, K. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna aplikasi mobil shopee. Serang : Universitas Serang Raya
- Mirza, M., & Ali, H. (2020). Strategi e-commerce shopee : dalam konteks bisnis etik. Jakarta : Universitas Mercubuana
- Nanda, N.N. (2019). The Influence of E-Commerce, Product Prices and Product Design on Purchasing Decisions in Souvenir Shop Tauko Medan. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal BIRCI-Journal*. 3(8), 388-395.
- Nursyirwan, V.I., & Ardaninggar, S.S. (2020). The Factor analysis that influence the student purchase intention in shopee e-commerce. Jakarta : Universitas Pamulang
- Pranitasari, D., & Sidqi, A.N. (2021). Analisis kepuasan pelanggan elektronik shopee menggunakan metode e-service quality dan kartesius. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen (JAM)*, 2(10), 1693-8364.
- Prasetya, I., & Wahyuningsih, T.H. (2019). Pengaruh sumber informasi, keamanan, dan persepsi resiko terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee. Yogyakarta : Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta
- Prayogi, S., & Santosa, A. (2019). The influence of product quality, price and promotions on interest in buying sri sulatri's batik. Yogyakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Yogyakarta
- Priansa, D.J., & Suryawardani, B. (2020). Effects of EMarketing and Social Media Marketing on Ecommerce Shopping Decisions. Bandung : Telkom University online Journals, pp. 76-82, Online ISSN : 2502-3713
- Puanda, F., & Rahmidani, R. Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Aplikasi Shopee. *Jurusan Pendidikan Ekonomi*, 367-379.
- Putri, N. A. R., & Iriani, S.S. (2019). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian di Shopee. Surabaya : Universitas Negeri Surabaya
- Ritonga, N., & Amelianny, N. (2022). Pengaruh perceived usefulness terhadap niat menggunakan aplikasi shopee paylater dan dampaknya terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 1(1), 2614-3259.

- Rosa, A., Lisnawati., & Daud, I. (2018). Key factors analysis of e-commerce and marketplace purchasing decisions in Palembang. *SIJDEB*, 2(4),347-362.
- Sahara, N.I., & Prakoso, F.A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada (Studi di Wilayah Jakarta Selatan). Jakarta : Universitas Muhamadiyah Jakarta
- Sholichin, A.S., & Wisnalmawati. (2020). The Effect Of Price, Transaction Security, Online Consumer Review, and Viral Marketing on Purchase Decision in E-Commerce Shopee. Yogyakarta : Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta
- Srisadono, W. (2018). Strategi perusahaan e-commerce membangun brand community media sosial dalam meningkatkan omset penjualan. Jakarta : Universitas Prof Dr Moestopo Beragama
- Supartono. (2022). Pengaruh Harga, Kemudahan Bertransaksi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Online di e-commerce shopee Pada Masa Pandemi Covid 19. Bekasi : Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA
- Themba, O.S. (2021). Keputusan pembelian pada aplikasi shopee melalui harga, diskon, promo ongkos kirim, dan kualitas produk. Makassar : STIEM Bongaya Makassar
- Vierdwiyani, D., & Syafrudin, A. (2020). Analysis of service quality and brand image on customer satisfaction through purchase decisions as intervening variable (case study e-commerce shopee at villa galaxy housing rt 002). Bekasi : Mercu Buana University
- Wafiyah, R.S., Kusumadewi, N.M.W. (2021). The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And Trust On Repurchase Intention On E-Commerce Shopee. *IJISSET - International Journal of Innovative Science, Engineering & Technology*, ISSN (Online) 2348–7968