

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiatun, N. N., & Adji, W. H. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Digital terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Shopee Food di Kota Bandung. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(6), 1206–1214.
- Algusri, J., Magdalena, M., Misral, M., Karimi, K., & Diva Darmawani, R. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 13(2), 222–231. <https://doi.org/10.37859/jae.v13i2.5915>
- Aprilia, I. E., Putri, A. B., & Sanusi, A. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Mie Aceh Jamboe Raya Bandar Lampung. *Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya*, 1, 249–267.
- Asih, E. M. (n.d.). Analisis pada Shopee sebagai E-Commerce Terpopuler di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 2, 2024–2073. www.mckinsey.com,
- Asnawati, Nadir, M., Wardhani, W., & Setini, M. (2022). The effects of perceived ease of use, electronic word of mouth and content marketing on purchase decision. *International Journal of Data and Network Science*, 6(1), 81–90. <https://doi.org/10.5267/J.IJDNS.2021.10.001>
- ASTUTI, D. E. R. H. (2023). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Dalam Menggunakan Dompot Digital*.
- Astuti, S., Wonua, A. R., & Titing, A. S. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok Shop. *Journal of Management and Social Sciences (JIMAS)Journal of Management and Social Sciences (JIMAS)*, Vol.2(4), 147–161. <https://journal-stiayappimakassar.ac.id/index.php/Jimas/article/download/664/690/1825>
- Bernovskis, A., Sceulovs, D., & Stibe, A. (2024). Society 5.0: Shaping the future of e-commerce. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(4), 100391. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100391>
- Cahyadi, universitas buddhi dharma. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baja Ringan Di Pt Arthanindo Cemerlang. *Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1, 60–73.
- Cholis, N. R., Purbawati, D., & Listyorini, S. (2023). Pengaruh E-Service Quality Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Layanan Gofood Mahasiswa Fisip Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal*

Ilmu Administrasi Bisnis, 12(1), 266–275.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>

- Gea, S. M. F., Harefa, P., Lase, H., & Ndraha, A. B. (2023). Pengaruh Sikap an Budaya Organisasi Terhadap Pelayanan Publik Pada Dinas Perikanan Kota Gunungsitoli. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(6), 1208–1223. <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/6385%0Ahttps://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/download/6385/4469>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haslindah, Tijjang, B., Ilahi, A. A. A., & Beddu, M. (2024). Pengaruh Word Of Mouth Dan Kemudahan Transaksi E-Commerce Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pada Generasi Milenial Di Kota Parepare. *MANOR: Jurnal Manajemen Dan Organisasi Review*, 6(1). <https://doi.org/10.47354/mjo.v5i1>
- Hawari, A. P., & Harahap, K. (2023). Pengaruh Promosi Dan Persepsi Kemudahan Dalam Penggunaan E-Wallet Shopeepay Terhadap Keputusan Pembelian Pada Masyarakat Kota Medan. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen Indonesia*, 2(01), 27–40. <https://jurnal.seaninstitute.or.id/index.php/Juemi/article/view/90>
- Hayatun, U. (2023). Pengaruh Komunikasi, Disiplin Kerja dan Latar Belakang Pendidikan Terhadap Kinerja Karyawan PT Pegadaian (Persero) Cabang Bogor. In *Repository GICI*.
- Jannah, Z. F. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Digital Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Bank Syariah Di Kabupaten Sragen. In *Jurnal Pustakawan Indonesia* (Vol. 18, Issue 1). http://eprints.iain-surakarta.ac.id/6422/1/skripsi_Zulyanatunnisa%27FJ_195231052.pdf
- Le-Hoang, P. V. (2020). Factors affecting online purchase intention: the case of e-commerce on lazada. *Independent Journal of Management & Production*, 11(3), 1018–1033. <https://doi.org/10.14807/ijmp.v11i3.1088>
- Luthfiani, F., & Sudiman, J. (2024). *Pengaruh E- Service Quality Dan E-trust Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi PLN Mobile Kota Padang Panjang*. 19(1).
- Mawardani, F., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital Shopeepay Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1455–1463.

- Munari, S. A. L. H., & Susanti. (2021). The Effect of Ease of Transaction, Digital Literacy, and Financial Literacy on The Use of E-Banking. *Economic Education Analysis Journal*, 10(2), 298–309. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v10i2.39335>
- Munawaroh, H. I. (2020). Pengaruh Promosi, Kemudahan, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Sistem E-Commerce Shopee. In *Etheses.Iainponorogo.Ac.Id*.
- Ningsih Wijaya, A., Hanik, U., Wulandari, W., Nabila, N., & Kustina, L. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Risiko dan Keamanan Terhadap Impulse Buying Pengguna Spaylater di Kabupaten Bekasi. *GLOBAL: Jurnal Lentera BITEP*, 2(01), 28–41. <https://doi.org/10.59422/global.v2i01.185>
- Ningtiyas, A. W., Muslih, B., & Soedjoko, D. K. H. (2022). Analisis pengaruh e-service quality, e-trust dan harga terhadap keputusan pembelian di artee collection nganjuk. *Simposium Manajemen Dan Bisnis I Prodi Manajemen FEB UNP Kediri Tahun 2022*, 1(Vol. 1 (2022): Simposium Nasional Manajemen dan Bisnis), 214–222. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/1820>
- Noviasari, H., Siregar, P. A., Martias, D., Mardiah, A., Paramitha, A., & Asrilsyak, S. (2024). The Effect of Promotion and Ease of Transaction on Purchase Decision at Shopee.co.id: A Case Study of University of Riau's Economics and Business Students. *International Journal of Religion*, 5(11), 3880–3890. <https://doi.org/10.61707/nqem2917>
- Nurchayati, N., Kristanto, A., Prasetyo, H. E., & Ikut, C. I. (2025). Pengaruh Promosi, Kemudahan Transaksi dan Kepercayaan Pada Pengguna Shopee Paylater Terhadap Keputusan Pembelian. *Jesya*, 8(1), 62–73. <https://doi.org/10.36778/jesya.v8i1.1799>
- Pratama, R. A., Prasetyo, W. B., & Ramli, A. H. (2024). E-Service Quality, E-Trust, E-Satisfaction And E-Loyalty In Online Shopping. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(3). <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i3.2313>
- Puspita, D. A., & Astuti, S. R. T. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Promosi Penjualan, dan Kualitas Pelayanan Elektronik Terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Konsumen Tokopedia di Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 12(3), 1–12.
- Rahmawati, A., & Ramli, A. H. (2024). E-Trust, Perceived Ease Of Use, E-Satisfaction And E-Loyalty For Users Of The Tiktok Shop Application. *Jurnal*

Ilmiah Manajemen Kesatuan, 12(1), 279–294.
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i1.2209>

Ramadhan, D., Asri, H. R., Gisijanto, H. A., Hartanti, N. D., & Setyarini, E. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Digital Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Muda. *Revenue: Lentera Bisnis Manajemen*, 1(04), 162–170.
<https://doi.org/10.59422/lbm.v1i04.168>

Roffialiyu Nabilawati. (2023). Pengaruh Masa Kerja, Pelatihan, dan Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan (Studi Kasus Karyawan PT Yamaha Indonesia) Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. In *Metode Penelitian*.

Rumagit, M., Tumbuan, W. A., Lintong, D. C., Febiola Rumagit, M., JFA Tumbuan, W., Lintong, D. C., Manajemen, J., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2022). the Influence of Ease of Use, Service Quality, and Promotion on Purchase Decisions Using Go-Food Services in Manado City. *2176 Jurnal EMBA*, 10(4), 2176–2185.

Sa'adah, L. (2021). *Statistik Inferensial*. LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah. <https://books.google.co.id/books?id=o5kwEAAAQBAJ>

Santika, E. F. (2024). *Tingkat Penetrasi Internet Indonesia Capai 79,5% per 2024*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/04/12/tingkat-penetrasi-internet-indonesia-capai-795-per-2024>

Saraswati, & Indriani. (2021). Effect E-Service Quality on Customer Satisfaction and Impact on Repurchasein Lazada Indonesia's Online Selling in the City of Semarang. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 5(3), 1203–1215. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>

Sarwani, S., & Rohmah, F. S. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace Shopee Di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 6(2), 83–99. <https://doi.org/10.25139/jiabi.v6i2.4134>

Sinaga, R., Simanihuruk, P., & Tamba, D. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, Kualitas Informasi, Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Online Di Medan Melalui Aplikasi Shopee (Studi Kasus : Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen Unika Santo Thomas). *Kumpulan Karya Ilmiah Manajemen*, 2(2), 221–235.

Sindasari, ratih puspita. (2022). Pengaruh Kemudahan Transaksi dan Pemahaman Tentang Riba Terhadap Keputusan Transaksi Tunda Bayar Shopee Paylater Pada Marketplace Shopee. *Bab II Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.

- Sudariana, & Yoedani. (2022). Analisis Statistik Regresi Linier Berganda. *Seniman Transaction*, 2(2), 1–11.
- Sudarmanto, E., & Adiwjaya, S. (n.d.). *Pengaruh E-commerce dan Kemudahan Transaksi Terhadap Perubahan Pola Konsumsi Dalam Era Digital Di Indonesia*. <https://www.researchgate.net/publication/377804555>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tampubolon, E. P., Dewi, R. S., & Wijayanto, A. (2024). Pengaruh E-Service Quality, Online Customer Review dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Marketplace Lazada Di Kota Semarang. In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 13, Issue 1). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Ul Huda, I., Karsudjono, A. J., Darmawan, R., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Banjarmasin, P. (2024). Pengaruh Content Marketing Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Bisnis Dan Manajemen*, 11(1).
- Wayan, N., Mitariani, E., Wahyudi, A., Gama, S., & Widnyani, N. M. (2024). *Brand Image and E-Service Quality ' s Effect on Gen Z ' s Repurchase Intention : The Mediating Role of E-Trust*. 25, 11–24.
- Wisnel, W., Wirdianto, E., & Cantika, T. (2022). Analysis of the Effect of E-Service Quality on E-Commerce Customer Satisfaction and Loyalty. *Motivection : Journal of Mechanical, Electrical and Industrial Engineering*, 4(3), 209–222. <https://doi.org/10.46574/motivection.v4i3.145>
- Wulandari, R., & Miswanto, M. (2022). Faktor – faktor Yang Memenuhi Keputusan Pembelian Green Product. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 6(2). <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2022.v6.i2.5139>
- Wulandari, R., & Susanti, D. N. (2023). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Product Features dan Reference Group Terhadap Keputusan Penggunaan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 5(2), 199–211. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v5i2.442>
- Yoestini, M. I. (2023). Pengaruh Promosi, Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Online Marketplace (Studi pada Konsumen Tokopedia di Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journal Of Management*, 12(4), 1–13.
- Yum, K., & Yoo, B. (2023). The Impact of Service Quality on Customer Loyalty through Customer Satisfaction in Mobile Social Media. *Sustainability (Switzerland)*, 15(14). <https://doi.org/10.3390/su151411214>

- Yurindera, N. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Online Customer Review serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian di Sayurbox. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 8(2), 143–150. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v8i2.833>
- Yustisia, C., & Setyarini, Y. (2022). Faktor yang Mempengaruhi Manajemen Laba Perusahaan Transportasi dan Logistik BEI 2018 – 2020. *Jurnal Impresi Indonesia*, 1(5), 512–527. <https://doi.org/10.36418/jii.v1i5.62>