

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Gofur. (2019). 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi Uniat*, 4(1), 37–44.
- Adhitya, W. R., & Fauziah, A. (2023). Pengaruh Kemudahan Transaksi, Keamanan Transaksi, Dan Kualitas Pelayanan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee (Studi Kasus Pada *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1, 178–189.
- Afrika, R. R. P. (2020). *Bertransaksi Terhadap Keputusan Pembelian Pada*. 5, 38–51.
- Afriyani, F., & Batu, R. L. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian AC Panasonic. *Widya Manajemen*, 4(2), 111–119.
- Agustiningrum, D., & Andjarwati, A. L. (2021). Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2020), 896–906.
- Ahdiat, A. (2023). Pengunjung Shopee Makin Banyak, Bagaimana E-Commerce Lain. *Katadata*, September, 11 Oktober.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/pengunjung-shopee-makin-banyak-bagaimana-e-commerce-lain>
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (Jupe)*, 8(3), 86–94.
- Anto, L. O., Yusuf, S., & Andari, E. R. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Online di E-commerce (Studi Empiris pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Halu Oleo). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(2), 160–166.

- Banusetyo, T. G., Putra, S. S., & Digdowiseiso, K. (2023). The Influence of Website Quality, Information Quality, and Buyer Trust on Purchase Decisions in an Online Shop (Shopee) in Jakarta. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 8980–8987.
- Baramuli, F., & Pangemanan, S. S. (2015). Analisis Sistem Informasi Akuntansi Persediaan Pada Yamaha Bima Motor Toli-Toli. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 52–62.
- Bayuaji, L. A. P., & Haryanti, D. S. (2022). The Pengaruh Harga, Keamanan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online Tokopedia di Jabodetabek. *E-Jurnal Manajemen Trisakti School of Management (Tsm)*, 2(3), 79–90.
- Cahyono, Y. T., & Wibawani, I. D. (2021). Pengaruh Harga, Online Customer Review, dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *Hubusintek*, 1(1), 867–874.
- Dahlia, E., & Pratama, E. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD. Putra TS Di Majalengka. *Journal of Manajement Research Innovation*, 2(2), 41–46.
- Dewi, S. N., & Aris Tri Haryanto. (2021). Peran Tampilan Produk, Keamanan Dan Kemudahan Pada Keputusan Bertransaksi Menggunakan Jasa Pengiriman Shopee. *Jurnal Bisnis Terapan*, 5(1), 101–114.
- Endaryati, E. (2021). Sistem Informasi Akuntansi. In *Sistem Informasi Akuntansi*. Fitriani, F. S., Harahap, R. D., & Nurlaila, N. (2023). Perkembangan UMKM Di Indonesia : Peran Pemahaman Akuntansi, Teknologi Informasi dan Sistem Informasi Akuntansi. *Owner*, 7(3), 2518–2527.
- Ghozali, P. H. I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* 26.
- Gunawan, C. (2020). *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian*.

- Hanum, H., & Wiwoho, G. (2023). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi pada Pengguna Shopee di Kabupaten Kebumen). *Jimmba*, 5(4), 465–480.
- Harliyana, D. A., Moonti, U., Bahsoan, A., Hafid, R., & Sudirman, S. (2023). Pengaruh Promosi Online Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Industri Yunita Meubel. *Journal of Economic and Business Education*, 1(1), 107–114.
- Herman, H., Annisa Rahman, M., Afwa, A., & Agusven, T. (2022). *The Influence of Brand Ambassador Joe Taslim and Trust in Shopee Indonesia'S Purchasing Decisions. Penanomics: International Journal of Economics*, 1(2), 231–242.
- <https://www.dqlab.id/teknik-pengolahan-data-pada-distribusi-frekuensi>. (2022). Teknik Pengolahan Data pada Distribusi Frekuensi. 2022, 1.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan, pemasaran dan kepuasan pelanggan - Google Play Buku. In *Unitomo Press* (p. 114).
- Jalil, I., Wahyuningsih, Y. E., & Ansari, L. P. (2019). Applied of Reasoned Action Theory (Tra) Yang Berdampak Pada Intention To Purchase Herbal Cosmetics. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 3(2), 105–118.
- Karunia, E., Suharni, V., & Ahmatang. (2021). Harga Dan Citra Merek : Keputusan Pembelian Smartphone. *Jurnal Jaem*, 1(3), 52–63.
- Kusuma, A. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Website Tokopedia (Studi Kasus pada Mahasiswa di Universitas Islam Indonesia). *Journal Competency of Business*, 3(1), 65–79.
- Lestari, D. T., Yanti Siburian, C. D., & Ndraha, E. (2023). Sosialisasi Pengenalan dan Implementasi Sistem Pembayaran Digital Menggunakan Qris pada UMKM. *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(2), 126.

- Lestari, N., & Patrikha, F. D. (2022). Pengaruh Harga Dan Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Wanita Di Online Marketplace (Studi Kasus Pada Konsumen Di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jtpn)*, 10(1), 1635–1642.
- Mizanny, L., Zainuddin, & Bakri, M. (2023). Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online di Marketplace Shopee Pada Masyarakat Kota Jantho. *Karya Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi*, 2(1), 221–231.
- Mulyana, S. (2021). Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee Di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 185–195.
- Nawang Sari, S., & Kamayanti, Y. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Media Sosial Instagram. *Konferensi Nasional Sistem Informasi 2018 Stmik Atma Luhur Pangkalpinang*, 8–9, 8–9.
- Ninawati, W. (2022). *Pengaruh E-WOM dan E-Trust Terhadap E-Purchase Decision*. 11–26.
- Novita Djafar, I. Y. S. S. R. H. R. H. et al. (2023). Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Keputusan Pembeli Di CV.Mufidah Kota Gorontalo. *Journal of Economic and Business Education*, (1)(May/2023), 77–81.
- Nurchasanah, D., & Udayana, I. B. N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Tiktok Shop. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(3), 1081–1095.
- Oktarini, L. N., & Purwaningrat, P. A. (2019). Pengaruh Free Cash Flow, Investment Opportunity Set, Managerial Ownership Terhadap Dividen Policy Melalui Debt Policy Sebagai Pemediiasi. *Widya Manajemen*, 1(2), 40–59.
- Pradika Muthiya Shafa, J. H. (2020). *The Influence of Prices, Product Reviews, and Payment Methods on Purchase Decisions in Online Shopping Through The Shopee Application (Case Study on Shopee Application Users in Bekasi)*. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1–17.

- Puanda, F., & Rahmidani, R. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Aplikasi Shopee. *Jurnal Ecogen*, 4(3), 367.
- Purnama, N. I., Nasution, M. F. H., & Astuti, R. (2022). Pengaruh Harga Kelengkapan Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di 212 Mart. *Jurnal Akmami (Akuntansi Manajemen Ekonomi)*, 3(1), 74–86.
- Putra Setiawan, B., & Frianto, A. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Perusahaan Jasa Ekspedisi Krian). *Bima : Journal of Business and Innovation Management*, 3(3), 352–366.
- Putranto, A. T. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Pt Milan Ecowood Indonesia. *Scientific Journal of Reflection : Economic, Accounting, Management and Business*, 4(4), 672–680.
- Putri, I. M., & Ratnawati, D. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce "Shopee" (Studi Kasus: Pelanggan Shopee di Surabaya). *Nusantara : Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(7), 2561–2569.
- Ramayanti, F. (2019). Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis Peran Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jsm*, 6(2), 78–83.
- Rifaul, N., 1, K., & Handayati, P. (2022). Issue 2 (2022) Pages 227-231 Inovasi: Jurnal Ekonomi. *Keuangan Dan Manajemen*, 18(2), 227.
- Riswandi. (2019). Transaksi On-Line (E-Commerce): Peluang dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 13(April), 15–38.
- Sari, Tri Kumala, Y., Hendrastomo, G., & Endah Januarti, N. (2020). Belanja Online Dan Gaya Hidup Mahasiswa Di Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 9(2), 1–22.

- Sektiyaningsih, I. S., Arif, H., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan, Citra, dan Loyalitas Pasien. *Journal Business Studies*, 04(1), 174–175.
- Shopee. (2023). *Alat Mengelola Media Sosial Pengunjung Shopee Makin Banyak , Bagaimana E-. September*, 1–8.
- Sianipar, G. J. . (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Pelanggan GrabBike Di Kota Medan). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 19, 183–196.
- Sindiah. (2023). *Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Facebook*.
- Sitanggang, D. H., & Damiyana, D. (2022). Analisis Faktor Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Pesan Makanan on Line. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(2), 109.
- Sugiyono, P. D. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
- Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Dept Store Cabang Bsd Tangerang. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 7–13.
- Suprianto, I. (2021). *Pengaruh Teknologi Sistem Informasi Akuntansi dan Kepercayaan Atas Teknologi Sistem Informasi Terhadap Kinerja Individual Di BBK Electronics Group*. 4.
- Tanjung, G. (2021). Pengaruh Youtube Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Konsumen dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada viewers Youtube Wardah channel Suhay Salim). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 63(1), 187–196.
- Ulya, R., & Siregar, W. M. (2022). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Aparatut Sipil Negara (ASN) Di Sekretariat Daerah Kabupaten Aceh Barat Daya. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4, 1–5.

Wiwini Pratiwi, P., & Wahyuni, S. (2023). Kualitas Pelayanan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Kepercayaan Konsumen Berrybenka di Shopee. *Seiko : Journal of Management & Business*. Seiko : Journal of Management & Business, 6(2), 431–443.

Yunita, N. R., Sumarsono, H., & Farida, U. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online di Buka Lapak (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo). *Isoquant: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 90.