

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, K. (2021). Manajemen Sumber daya manusia.
- Aryandi, J., & Onsardi, O. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA CAFE WAREG BENGKULU. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 117-127.
- AVISTANURMA, A. (2021). PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, KUALITAS INFORMASI, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGUNA SHOPEE DI KOTA SEMARANG (Doctoral dissertation, Universitas Katholik Soegijapranata Semarang).
- Bakhtiar, H. M. (2021). ANALISA STRATEGI KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE PADA PENGGUNA MEDIA SOSIAL FACEBOOK DI KECAMATAN ARUT SELATAN KOTAWARINGIN BARAT PANGKALAN BUN. *Magenta*, 9(2), 83-92.
- da Silva, C. F., & Moro, S. (2021). Blockchain technology as an enabler of consumer trust: A text mining literature analysis. *Telematics and Informatics*, 60, 101593.
- Hidayat, A. A. (2020, Agustus 04). 85 Persen Konsumen E-commerce Berasal dari Generasi Z dan Milenial. Retrieved from <https://bisnis.tempo.co/read/1372514/85-persen-konsumen-e-commerce-berasal-dari-generasi-z-dan-milenial> (Diakses pada hari Selasa 19 Juli 2022 pukul 19.40 WIB)
- Hidayatullah, S. (2019). Pengaruh kemudahan, kepercayaan pelanggan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian online.
- Indrasari, M. (2019) Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Penerbit Unitomo Press
- Isaeva, N., Gruenewald, K., & Saunders, M. N. (2020). Trust theory and customer services research: theoretical review and synthesis. *The Service Industries Journal*, 40(15-16), 1031-1063.
- Istanti, F. (2017). Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan Berbelanja dan E-promosi Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online di Kota Surabaya. *Jurnal Bisnis & Teknologi Politeknik NSC Surabaya*, 4(1), 14-22.
- Khairani, S. (2015). Pengaruh Kepercayaan Kualitas Informasi Dan Pelayanan Terhadap Keputusan pembelian Melalui Media Sosial (Studi Kasus Mahasiswa Akuntansi STIE MDP). In Seminar Nasional Manajemen Dan Akuntansi (Snema) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
- Lontaan, M. S. (2016). Pengaruh preferensi pembelian pakaian melalui media sosial terhadap keputusan pembelian pakaian di kota makasar. Undergraduated thesis, Universitas Hasanuddin, 2016.

- Muazam, A. R. (2020, Agustus 06). Transaksi e-commerce didominasi generasi Z dan milenial. Retrieved from Alinea.id: <https://www.alinea.id/gaya-hidup/transaksi-e-commerce-didominasi-generasi-z-dan-milenial-b1ZRL9woj> (Diakses pada hari Selasa 19 Juli 2022 pukul 20.18 WIB)
- Muhammad, R. N., & Wibowo, L. A (2019). GAMBARAN KUALITAS INFORMASI, SHOPPING ENJOYMENT DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PELANGGAN INSTAGRAM KAMAR GADGET. Omar, A. M., & Atteya, N. (2020). The impact of digital marketing on consumer buying decision process in the Egyptian market. *International Journal of Business and Management*, 15(7), 120-132.
- Narimawati Umi, Sri Dewi, Anggadini, Linna Ismawati. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Edisi Pertama. . Pondok Gede. Bekasi: Genesis.
- Pratama, Gama, W. (2015). Pengaruh informasi dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada forum jual beli (FJB) kaskus. Skripsi Universitas Telkom.
- Purnamasari, N. P., & Tutiasri, R. P. (2021). Analisis Resepsi Remaja Perempuan Terhadap Gaya Hidup Berbelanja Fashion Melalui Tayangan Video ‘Belanja Gak Aturan’ Dalam Akun Tiktok@
- Purwanti, A., & Wahdiniwaty, R. (2017). ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN KEWAJARAN HARGA PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA CINDERELLA SCHOOL OF ENGLISH FOR CHILDREN DI BANDUNG. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3.
- Putra, M. G. R. (2019). PENGARUH KUALITAS SISTEM INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik). *handmadeshoesby. Jurnal Representamen*, 7(01).
- Roza, R., Fauzan, M. N., & Rahayu, W. I. (2020). Tutorial Sistem Informasi Prediksi Jumlah Pelanggan Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda Berbasis Web Menggunakan Framework Codeigniter. *Kreatif*.
- Sandora, M. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Secara Online. *Eko dan Bisnis: Economic and Business Review*, 11(3), 290-310.
- Santosa, A. D., Bintari, V. I., & Hamzah, R. A. (2019). Peran Kepercayaan dan Brand Image Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Secara Online di Instagram. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 5(1), 60-68.
- Sari, M. P. (2015). Pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara online di situs lazada.co.id pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis usu. Undergraduated thesis, Universitas Sumatera Utara, 2015
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Administrasi*. Alfabeta, Bandung

- Susilawati, E., & Dhaniawaty, R. P. (2019). Pengaruh Ict Dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Sistem Informasi Unikom Pengguna Online Shop). *Majalah ilmiah UNIKOM*, 17(1), 43-52.
- Umi Narimawati. 2007. Riset Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Agung Media
- Umi Narimawati. 2010. *Penulisan Karya Ilmiah*. Bekasi: Penerbit Ganes
- Wahdiniwaty, R. (2012). Pengaruh lokasi dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada distro ouval research di Buah Batu Bandung. *SINTA (Science and Technology Index)*, 1-17.
- Wahdiniwaty, R. (2019). Model Potensi Industri Kreatif Skala Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Berbasis Sistem Informasi Geografis Di Kabupaten Bandung Barat Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan. *Jurnal Manajemen Pemasaran (Vol. 13 No. 2 (2019): October 2019)*, 54-60. *Doi: <https://doi.org/10.9744/Pemasaran.13.2.54-60>*
- Wahdiniwaty, R. (2020). The Effect of Customer Value on Customer Loyalty at Bandung Tourist Location. *Atlantis Press*, 110-112. *Doi: <https://doi.org/10.2991/Aebmr.K.200108.026>*
- Wahdiniwaty, R., & Wijayanti, U. (2016). Pengaruh Kelompok Acuan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas Exsport Pada Pt. Eksnindo Multi RaProduct Industry di Bandung. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen (JIMM)*, 2(1).
- Wahdiniwaty, R., Firmansyah, D., Suryana, A., Dede, D., & Rifa'i, A. A. (2022). Mystery in Marketing Management Products Post COVID-19 as a Model of Survival Strategy Towards the Awakening of Micro Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the Digital Economy Era. *Khazanah Sosial*, 4(1), 187-210. *Doi: <https://doi.org/10.15575/ks.v4i1.17397>*
- Yulistara, A. (2018). Pria Indonesia Lebih Suka Belanja Online Dibanding Wanita. Diambil kembali dari *CNBC Indonesia*.: <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20180218101031-33-4647/pria-indonesia-lebih-suka-belanja-online-dibanding-wanita> (Diakses pada hari Selasa 19 Juli 2022 pukul 16.00 WIB)
- Yutiantoro, C. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA PERUSAHAAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PENGIRIMAN PADA KANTOR POS KABUPATEN KEBUMEN (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Zulfikar, R., & Novianti, L. (2018). Pengaruh Kapabilitas Jejaring Usaha dan Media Sosial terhadap Kinerja Usaha. *JURISMA (Jurnal Riset Bisnis & Manajemen)*, 8(2), 142-152