

Daftar Pustaka

- Adabi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Indihome Di Witel Telkom Depok. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 32–39. [Http://Journal.Feb.Unmul.Ac.Id/Index.Php/Jurnalmanajemen](http://Journal.Feb.Unmul.Ac.Id/Index.Php/Jurnalmanajemen)
- Ahdiat, A. (2023, 01 31). 5 E-Commerce Dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal Iv 2022. Retrieved From Databoks: [Https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2023/01/31/5-E-Commerce-Dengan-Pengunjung-Terbanyak-Kuartal-Iv-2022](https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2023/01/31/5-E-Commerce-Dengan-Pengunjung-Terbanyak-Kuartal-Iv-2022)
- Akbar, M. A., & Alam, S. N. (2020). *E-Commerce: Dasar Teori Dalam Bisnis Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Aminsyah, I., & Yulianti, A. L. (2019). Pengaruh Website Quality, E-Trust, E-Satisfaction Dan Switching Barriers Terhadap E-Loyalty (Studi Pada Pengguna Itemku.Com) The Effect Of Quality Website, E-Trust, E-Satisfaction And Switching Barriers On E-Loyalty (Study In Itemku.Com Users). *E-Proceeding Of Management*, 6(2), 4545–4555.
- Ariyanto, A., Bangun, R., Rifqi, M., Indillah, M., Ferlina, A., Trenggana, M., Sholihah, R., Ariyanti, M., Widiati, E., Irawan, P., Ratih, S. D., Suryanti Ismail, R., Putra, S., Mulia Utama, A., Syahputra, J., & Budiman, B. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Widina Bhakti Persada. [Www.freepik.com](http://www.freepik.com)
- Bhalekar, P., Ingle, S., & Pathak, K. (2014). The Study Of E-Commerce. *Article In Asian Journal Of Computer Science And Information Technology*, 4(3), 25–27. [Http://Www.Innovativejournal.In/Index.Php/Ajcsit](http://Www.Innovativejournal.In/Index.Php/Ajcsit)
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 2022. [Https://Doi.Org/10.38035/Jmpis.V3i1](https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1)
- Darmawan, D., & Putra, A. R. (2022). Pengalaman Pengguna, Keamanan Transaksi, Kemudahan Penggunaan, Kenyamanan, Dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Pembelian Online Secara Impulsif. *Jurnal Ekonomi*, Xviii(1), 26–45.
- Dewi Pratiwi, R., Ir Hj Marhawati, Mk., Ryryn Suryaman Prana Putra Skm, Ms., Arifin, Mk., Hj Sitti Hasbiah, M., Nuraisyiah, Ms., Nurdiana, Mp., Nur, Ms., Fatoni, Ms., Sri Astuty, M., Ir Hj Besse Dahliana, Ms. A., Ilma Wulansari Hasdiansa, M., & Hj Afriyana Amelia Nuryadin, M. (2022). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 1). Sukoharjo: Cv Tahta Media Group.
- Ernawati, N., & Noersanti. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi Ovo. *Jurnal Manajemen Stei*, 03(02), 27-37. [Www.Bi.Go.Id/Id/Statistik](http://www.bi.go.id/id/statistik)

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartono M, J. (2016). *Sistem Teknologi Keperilakuan*. Yogyakarta: C.V Andi Offset
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Fakultas Ekonomi Uniat*, 4(1), 175-182
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Išoraitė, M., & Miniotienė, N. (2018). Electronic Commerce: Theory And Practice. *Integrated Journal Of Business And Economics*, 2(2), 73–79. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1258437>
- Kartika, M., & Ganarsih Lestari, R. (2019). Analisis E-Wom, Online Shopping Experience Dan Trust Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Pascasarjana. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 11(2), 289-307
- Kartono, R. A., & Halilah, I. (2019). Pengaruh E-Trust Terhadap E-Loyalty (Studi Pada Seller Di Bukalapak). *Prosiding Industrial Research Workshop And National Seminar*, 10(1), 1204–1213.
- Kotler, & Keller. (2009). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Kevin Lane, K. (2009). *Manajemen Pemasaran: Vol. Jilid 2* (Edisi 13). Jakarta: Airlangga.
- Kumar Bairagi, A. (2011). *Utilization Of E-Commerce Can Change The Auction Culture Of Bangladesh Specially In Public Sector*, 02(01), 55-61.
- Kusnandar Budi, V. (2022, 12 22). *Indonesia Masuk Daftar 10 Negara Pengguna Internet Terbesar Di Asia*. Retrieved From Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/22/indonesia-masuk-daftar-10-negara-pengguna-internet-terbesar-di-asia>
- Mahendra, K. P., & Ratih, I. (2018). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cv Mitra Perkasa Utomo. *Agora*, 7(1).
- Mantala, R., & Firdaus, M. R. (2016). *Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction Pada Pengguna Smartphone Android (Studi Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Banjarmasin)*. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 4(2), 153-164.
- Mawey, T. C., Tumbel, A. L., & Ogi, I. W. (2018). The Influence Of Trust And Quality Of Service To Customer Satisfaction. *Jurnal Emba*, 6(3) 1198-1207.
- Mayangsari, & Aminah, S. (2022). Pengaruh Penilaian Produk, Promosi Dan Layanan Cod (Bayar Di Tempat). *Ekonomis: Journal Of Economics And Business*, 6(2), 498-505.

- Meida, F., Astuti, M., & Nastiti, H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Sociolla Di Era Pandemic Covid-19. *Jurnal Ikraith-Ekonomika*, 5(2), 157-166.
- Mulyana, M. (2019). *Peran Pemasaran Dalam Masyarakat Dan Perusahaan*. Manajemen Pemasaran, 1-6. <https://doi.org/10.31227/osf.io/C83qh>
- Nurfitriyani, S. J. (2020, July 10). *Faktor Yang Mempengaruhi User Experience*. Binus University School Of Information System.
- Putri, A. C., & Saputri, M. E. (2023). The Effect Of E-Service Quality And E-Trust On Customer Satisfaction Through The Effect Of E-Service Quality And E-Trust On Customer Satisfaction Through Shopee Food Features At Msmes In Bandung Under A Creative Commons Attribution-Noncommercial 4.0 International License (Cc By-Nc 4.0). *Jurnal Ekonomi*, 12(03), 2023. <http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/ekonomi>
- Rerung, R. R. (2018). *E-Commerce, Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi* (1st Ed.). Yogyakarta: Deepublish.
- Romindo, Muttaqin, Saputra, D. H., Purba, D. W., Iswahyudi, M., Banjarnahor, A. R., Kusuma, A. H. P., Effendy, F., Sualiman, O. K., & Simarmata, J. (2019). *E-Commerce: Implementasi, Strategi Dan Inovasinya*. Jakarta. Yayasan Kita Menulis.
- Rossa, A., & Ashfath, F. (2022). *Risiko Dan Keamanan Terhadap Impulse Buying Pengguna Spaylater (Shopee Paylater) Di Jadetabek*. Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen, 3(2022).
- Saadillah, F., & Halomoan Siregar, E. (2019). Pengaruh User Experience Terhadap Kepuasan Konsumen Generasi Z Pada Sistem Pemesanan Mcdelivery Mobile Application Di Jawa Barat Effects Of User Experience On Z Generation Towards Consumer Satisfaction In The Mcdelivery Mobile Application Ordering System In West Java. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi (Jmo)*, 10(2), 92–101.
- Samara Aldi, & Susanti, M. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Pengguna Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penggunaan Aplikasi Dompot Digital (E-Wallet) Di Kalangan Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma. *Jurnal Riset Akuntansi*, 1(2), 249-260.
- Sari, V. E. (2019). Pengaruh E-Wom, Lifestyle, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Ticket Online Booking Pada Situs Traveloka.Com Di Ponorogo (Studi Kasus Pembelian Tiket Pesawat Dan Kereta Api). *Ejournal Administrasi Bisnis*, 7(4), 474–487. www.emarketer.com
- Setiawan, E., & Septiani, S. (2018). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Moda Transportasi Grab Di Tangerang Selatan. *Jurnal Manajemen Dan Kearifan Lokal Indonesia*, 2(1), 54-61. <https://doi.org/10.26805/jmkli.v2i1.24>

- Singh, J., & Sirdeshmukh, D. (2000). Agency And Trust Mechanisms In Consumer Satisfaction And Loyalty Judgments. *Journal Of The Academy Of Marketing Science*, 28(1), 150–167. <https://doi.org/10.1177/0092070300281014>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suprpto, R., & Azizi, M. Z. W. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Ponorogo: Myria Publisher.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 2579–9312. <http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/jibm>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019). *Service, Quality & Customer Satisfaction Edisi 5*. Yogyakarta: Andi.
- Utami, H. N., & Firdaus, I. F. A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 136–146. www.kebunbibit.id.
- Wijaya, E., & Warnadi. (2019). Factors Affecting Online Purchase Decisions At Shopee: Effect Of E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(2), 152–164. <http://www.ejournal.pelitaIndonesia.ac.id/ojs32/index.php/procuratio/index>
- Windy Mamonto, F., Tumbuan J.F.A, W., & Rogi, M. H. (2021). Analysis Of Marketing Mixed Factors (4p) On Purchase Decisions At Podomoro Poigar Eating House In New Normal Era. *Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.
- Wongso, D. A. (2020). Analisa User Experience Terhadap Customer Loyalty Dengan Trust Sebagai Variabel Intervening Pada Aplikasi Ovo Digital Payment. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(1), 1-11.