

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., dkk (2022). Metodologi penelitian kuantitatif. *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*, 3(2). Yayasan Penerbit Muhammad Zain, Aceh.
- Ainun, H., & Muslichah, I. (2022). Pengaruh Reputasi, Kualitas Informasi, Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Niat Beli dan Niat WOM pada Situs Social Commerce Kecantikan di Indonesia. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 1(6), 88-100.
- Akbar, I., & Permatasari, B. (2024). Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Berbelanja Melalui E-Commerce di Lampung. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 14(2), 115-129.
- Akbar, M. (2020). Perencanaan Sistem Informasi E-Commers Agribisnis Pertanian. Jurusan Manajemen Informatika Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Batusangkar
- Amarin, S., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen (studi pada pengguna Aplikasi Berrybenka di Kota Bandung). *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(1), 37-52.
- APJII (2024) diambil dari artikel web apjii.or.id: [Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia](https://www.apjii.or.id/asosiasi-penyelenggara-jasa-internet-indonesia)
- Ariesca, A. C. dkk (2024). Pengaruh citra merek dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas merek pada pengguna aplikasi belanja online. *Aktiva: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 10(2), 123-134.
- Armeliadinda, A., & Azis, E. (2020). Pengaruh kualitas informasi, kualitas sistem, kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna aplikasi pajak (Studi kasus pada aplikasi SAMBARA di Jawa Barat). Bandung: Telkom University.
- Buana, I. B. G. M., & Wirawati, N. G. P. (2018). Pengaruh kualitas sistem informasi, kualitas informasi, dan perceived usefulness pada kepuasan pengguna sistem informasi akuntansi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 22(1), 683-713.
- Burch, G., & dalam Hartono, G. G. (2019). Bab Iii Landasan Teori. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53, 1689-1699.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30. <https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>
- Desky, H., Murinda, R., & Razali, R. (2022). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian

- Online: Studi Kasus pada Konsumen Shopee di Kota Lhokseumawe. Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 6(2), 1812-1829.
- Devita, Vivin Dian, dkk. (2020). *Pengguna Aktif Bulanan Aplikasi E-commerce di Indonesia dan Asia Tenggara*. iPrice. Diakses dari <https://iprice.co.id/trend/insights/pengguna-aktif-bulanan-aplikasi-e-commerce-di-indonesia-dan-asia-tenggara>.
- Djaffar, R. (2021). A Tingkat Kepercayaan Masyarakat Terhadap Pengguna Aplikasi Belanja Online: Tingkat Kepercayaan Masyarakat Terhadap Masyarakat Terhadap Penggunaan Aplikasi Belanja Online. *Jurnal Komunikasi Korporasi dan Media (JASIMA)*, 2(2), 201-222.
- Erawati, T., & Abdulhadi, M. F. (2018). Pengaruh Pemahaman Sistem Akuntansi Keuangan Daerah, Kualitas Sumber Daya Manusia Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kualitas Informasi Laporan Keuangan Pemerintah Daerah. *Jurnal Akuntansi & Manajemen Akmenika*, 1-12
- Gofur, A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37-44.
- Hanifah, S. N., dkk (2023). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi, Teknologi Informasi, dan Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Kualitas Laporan Keuangan. *Jurnal Riset Ekonomi dan Akuntansi*, 1(2), 182-194.
- Heryawan, K. C., & Kristiawan, A. (2024). Peran Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Pada Keputusan Pembelian Melalui E commers Shopee Mahasiswa Kota Bandung. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 11(1), 579-593.
- Indrawati, I. dkk (2019). Analisis tingkat kepuasan pengguna sistem informasi perpustakaan menggunakan Pieces Framework. *ILKOM Jurnal Ilmiah*, 11(2), 118-128.
- Ismawati, A. (2020). Pengaruh Kualitas Informasi dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Online pada Shopee. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(6), 51-62.
- Istifadhoh, N., Wardah, I., & Stikoma, T. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Pada Pelaku Usaha Batik Ecoprint. *Aptekmas Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1), 147-152.
- Karim, A., dkk (2020). *Pengantar teknologi informasi*. Yayasan Labuhanbatu Berbagi Gemilang.
- Lita, Erlina. (2023). *Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Informasi Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Online Di Tiktok Shop Berdasarkan Perspektif Eetika Bisnis Islan (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Angkatan 2018)*, Skripsi, UIN Raden Intan Lampung.

- Lovitasari, Cynthia. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee di Kota Surabaya. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 4(3), 669-676.
- Masitoh, M. R., dkk (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Mobile Shopee. *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*, 5(1). 116-117
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). *An Integrative Model of Organizational Trust*. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734. <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9508080335>
- Milenia, D. P., dkk. (2023). Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna E-Commerce Situs Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Angkatan 2019 Unisma). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(01). 1229-1235
- Natalia, J., & Ginting, D. B. (2018). Analisis pengaruh kelengkapan fitur, persepsi kemudahan penggunaan, kualitas informasi, kualitas sistem, persepsi manfaat terhadap kepuasan penggunaan serta dampaknya terhadap loyalitas pengguna aplikasi viu. *Media Informatika*, 17(3), 148-164.
- Ningsih, S., & Dukalang, H. H. (2019). Penerapan metode suksesif interval pada analisis regresi linier berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1), 43-53.
- Nugroho, A. W., dkk (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan E-commerce Lazada di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 321-331.
- Prasetyowati, A., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). Digital marketing. Penerbit Edulitera, Malang.
- Pratama, B. E. (2019). *Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Informasi Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee (Studi kasus pada Masyarakat Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis)* Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Syarif Kasim Riau.
- Purba, O. R., & Raja, P. L. (2022). Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Konsumen Menggunakan E-Commerce terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna Shopee di Kota Medan). *Journal of Social Research*, 1(9), 1067-1075.
- Rabiana, R., & Akib, B. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee (Studi Kasus: Pengguna Aplikasi Shopee). *El-Iqtishod: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 16-33.

- Riyanto, A. D. (2023, April 18). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2023*. Andi. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>
- Rosita, E., dkk (2021). *Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial. FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4 (4), 279-284
- Sarah, E. A., Hilal, N., & Risal, M. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Informasi, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Aplikasi Shopee di Kota Palu. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(8), 3272-3278.
- Sifa, A., dkk (2024). Transformasi Digital E-Commerce Dalam Menguasai Kosentrasi Pasar di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(12), 405-413.
- Sinom Kemp (2024) DataRepotal.com “Digital 2024: Global Overview Report” web: [Digital 2024: Global Overview Report — DataReportal – Global Digital Insights](#)
- Sobandi, A., & Somantri, B. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online*. *Winter Journal*, Vol.1, No. 1. 41- 52
- Sriningsih, M., dkk (2018). Penanganan multikolinearitas dengan menggunakan analisis regresi komponen utama pada kasus impor beras di Provinsi Sulut. *Jurnal Ilmiah Sains*, 18(1), 18-24.
- Sugiyono (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta, Bandung
- Sugiyono (2019). *Stastika Untuk Penelitian tatif, Kualitatif dan R&D.*, Penerbit Alfabeta, Bandung
- SurabayaKota,bpsks (2023). [Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Surabaya, 2023 - Tabel Statistik - Badan Pusat Statistik Kota Surabaya](#) dan Kota Surabaya dalam angka 2023, [Kota Surabaya Dalam Angka 2023 - Badan Pusat Statistik Kota Surabaya](#)
- Syams, K. S., & Kuswanto, A. (2023). Pengaruh *Website Quality* Terhadap User Satisfaction Yang Dimediasi Oleh Service Quality Pada Blibli. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 10(1), 462-480.
- Triandika, L. S. dkk (2020). Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Pajak (Studi Kasus pada aplikasi SAMBARA di Jawa Barat). *eProceedings of Management*, 7(2). 2406-2415

- Wardhana, I. K. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk & Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Coffee on The Bus di Yogyakarta (PO Rejeki Transport)* Skripsi, Universitas Islam Indonesia.
- Wolliam Delone dan Ephaim Mclean (2003) The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update dan Information Systems Success: The Quest for the Dependent Variable
- Yonatan, A. Z. (2024, Mei 1). *Makin Maju, Pertumbuhan E-Commerce Indonesia yang Diprediksi Tertinggi di Dunia: E-commerce Indonesia diprediksi tumbuh hingga 30,5% di tahun 2024, menjadi negara dengan proyeksi pertumbuhan tertinggi* [Makin Maju, Pertumbuhan E-Commerce Indonesia yang Diprediksi Tertinggi di Dunia - GoodStats Data](#)
- Yoyo Sudaryo, dkk (2020). *Digital Marketing dan Fintech di Indonesia*. Penerbit Andi. Yogyakarta
- Zhang, S., Li, C., Wang, J., & Yu, L. (2024). Trust, privacy, and online consumer behavior: A study of e-commerce platforms. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1). <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03395-6>