

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, N., Putri, C., Hadiyanti, S., Risdwiyanto, A., Saberina, S., & Informatika, U. (2025). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Harga Produk Yang Dimediasi E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Di Platform Shopee. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 31 (2), 199–217. <https://doi.org/10.59725/ema.v31i2.388>
- Ajzen, I. (1991). The Theory Of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50 (2), 179–211.
- Alghifari, A. Y., & Rahayu, T. S. M. (2021). Pengaruh Diskon, Kualitas Website, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee: Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 15 (2), 223–236.
- Alif, M., Mariah, & Asbara, N. W. (2024). Pengaruh Kualitas Informasi Dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerceshoppee Pada Mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis Nobel Indonesia. *Malomo : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 2 (1), 87–98.
- Ardiansyah, A. R. (2025). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Genre Catalog Kota Depok. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 2 (6), 203–214.
- Ayuzti, M., & Gunadi, W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma. *Jimen Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 4 (1), 64–75.
- Azizah, A. N., Widyaningtyas, D., Astuti, H. J., & Endratno, H. (2025). Pengaruh Content Marketing , Citra Merek , Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada E- Commerce Tokopedia : Studi Pada Pengguna Di Purwokerto. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 6 (9), 3847–3866.
- Azizi, D. H., Hildayanti, S. K., & Kurniawan, M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Banda Baru Palembang. *Jemsi (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10 (2), 1292–1303.
- Bergh, D. ., Connelly, B. ., Ketchen, D. J. I., & Shannon, L. . (2014). Signalling Theory And Equilibrium In Strategic Management Research: An Assessment And A Research Agenda. *Journal Of Management Studies*, 51(8), 1334–1360.
- Desky, H., Murinda, R., & Razali. (2022). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas

- Informasi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Konsumen Shopee Dikota Lhokseumawe). *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 6 (2), 1812–1828.
- Diana, Prajna, F. V., Sihombing, Y. R., & Lilia, W. (2025). Pengaruh Ulasan Online, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Aplikasi Tokopedia. *Community Engagement & Emergence Journal*, 6 (4), 2159–2169.
- Fathorrahman, Ainun, M. B., Liyanto, & Minullah. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Market Place Di Shopee. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 08 (02), 160–170.
- Fathurrohman, D., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. (2023). *The Influence Of Live Streaming And Customer Rating On Purchasing Decisions For Pengaruh Live Streaming Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Kenan Di Tiktok*. 4(5), 6320–6334.
- Febriah, I., & Febriyantoro, M. T. (2023). Pengaruh Live Video Streaming Tiktok , Potongan Harga , Dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian. *Ecodemica : Jurnal Ekonomi , Manajemen Dan Bisnis*, 7 (2), 218–225.
- Fitriyani, Surya Nanda, A., & Aristyanto, E. (2021). Peran Impulsive Buying Saat Live Streaming Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus E-Commerce Shopee). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6 (2), 542–555.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, A., Pribadi, A. H., & Dianova, A. (2024). Pengaruh Harga , Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplac Shopee Cv . Kanaya Berkah Mandiri Merupakan Salah Satu Faktor Penentu Keberhasilan Suatu Seller Karena Harga Menentukan Customers Biasanya Di Pengaruhi Oleh Kualitas. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Dan Perpajakan*, 1 (2), 238–246.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2021). *Multivariate Data Analysis* (8th Ed.). Cengage Learning.
- Hamed, E., & Ruswaji. (2025). Pengaruh Harga , Promosi Dan Kemudahan Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna E-Commerce Shopee Di Kecamatan Tikung Kabupaten Lamongan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 4 (3), 49–65.
<https://doi.org/10.55606/Jempper.V4i3.4987>
- Harahap, R., & Prakash, S. (2024). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Barang Secara

- Online(Studi Penelitian Di Kota Medan). *Jurnal Visi Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 6 (2), 1–11.
- Hartiwi, L. I. A. I., & Rokhayati, H. (2023). Analisis Kualitas Sistem, Kualitas Informasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Sistem Aplikasi Keuangan Tingkat Instansi Satuan Kerja. *Jurnal Manajemen Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya*, 20 (1), 18–37.
- Healy, P. M., & Palepu, K. G. (2001). Information Asymmetry, Corporate Disclosure, And The Capital Markets. *Journal Of Accounting And Economics*, 31(1–3), 405–440.
- Horngren, C. T. (2011). *Cost Accounting: A Managerial Emphasis (14th Ed.)*. Prentice Hall.
- Iasb. (2018). *Conceptual Framework For Financial Reporting*.
- Jenita, N. K. S., Astiti, N. P. Y., & Adhika, I. N. R. (2023). Pengaruh Job Description, Sistem Kerja Dan Pelatihan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai Pada Dinas Sosial Kabupaten Gianyar. *Jurnal Emas*, 4 (1), 81–95.
- Karina, M., & Sari, N. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan , Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Tiktok Shop. *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora*, 6 (2), 101–116.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Principles Of Marketing*. Pearson.
- Langton, N., Robbins, P. S., & Judge, A. T. (2016). *Organizational Behaviour (Seventh Ca)*.
- Mahardini, S., Ibrahim, I. M., & Riwendi, A. (2023). Kualitas Produk , Harga , Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Wilayah Dki Jakarta Quality Of Product , Price , And Service On Tokopedia Purchasing Decisions In The Dki Jakarta Area. *Jurnal Manajemen Dan Perbankan (Jumpa)*, 10 (2), 1–10. <https://doi.org/10.55963/Jumpa.V10i2.538>
- Melina, S., & Sudrartono, T. (2023). Upaya Meningkatkan Penjualan Di Distro Jimea | Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen , Ekonomi , Dan Akuntansi). *(Jimea) Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen,Ekonomi,DanAkuntansi)*, 7 (1), 813–829.
- Muna, N., Putu, N., & Permata, J. (2025). Peran Perceived Intercativity Dalam Memediasi Live Streaming Attractiveness Dan Content Marketing Terhadap Purchase Intention Pada Tiktok Shop. *Inovasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 12 (2), 463–472.
- Mutiara, N. A. (2025). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap

- Keputusan Pembelian Online Di Tokopedia Wilayah Surabaya. *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 3 (8'), 188–201.
- Nurmanah, I., & Nugroho, E. S. (2021). Pengaruh Kepercayaan (Trust) Dan Kualitas Pelayanan Online (E-Service Quality) Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Bukalapak. *At – Tadbir Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5 (1), 11–21. <https://doi.org/10.31602/atd.v5i1.3384>
- Prasmana, I. K. D., Rahanatha, G. B., Kusumadewi, N. M. W., & Giantari, I. G. A. K. (2026). Peran Kepercayaan dalam Memediasi Pengaruh Live Streaming terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen*, 15 (2), 228–244.
- Putra, I. G. S., Sugianingrat, I.W., & Astrama, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kewajaran Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 2 (3), 844–854.
- 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), 1–11.
- Rahayu, I. F., Oktaviah, Y., & Rachmawati, D. L. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Shopee Melalui Online Customer Review Sebagai Variabel Moderating Di Kota Pasuruan. *Bisei: Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Islam*, 09 (2), 119–127.
- Rahayu, S. (2021). Pengaruh Harga , Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Informatika angkatan 2020 Universitas Mahakarya Asia Psdku Baturaja). *Mbia : Journal Management, Business, And Accounting*, 20 (1), 40–50.
- Rahmaddani, I., & Fahmi, R. (2025). Komunitarianisme Dan Digitalisasi : Peran Gen Z Dalam Membangun Hubungan Sosial Di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan*, 12 (1), : 13-26.
- Romney, M. B., Steinbart, P. J., Summers, S. L., & Wood, D. A. (2021). *Accounting Information Systems (15th Ed.)* (15 Th). Pearson Education.
- Sari, R. M., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jimea Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5 (3), 1171–1184.
- Sartika, D. (2021). The Effect Of Trust And Ease On Online Purchase Decisions in Pekanbaru. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9 (3), 253–262. <https://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/procuratio/article/view/1102/757>

- Setiawan, A., & Ali, M. M. (2025). Pengaruh E-Service Quality Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada Pelanggan Marketplace Aplikasi Blibli Di Kota Bandung. *Eco-Fin: Economics And Financial*, 7 (2), 1117–1129. <https://doi.org/10.32877/ef.v7i2.2512>
- Simon, H. A. (1977). *The New Science Of Management Decision*.
- Sugiyono, P. D. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (M. D. I. S. S.Pd (Ed.); 2 Cetakan). Alfabeta, Cv.
- Sunandar, R. A., & Riski, D. (2025). Pengaruh Kepercayaan Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Product Otsky Pada E-Commerce Shoppe Di Bandar Lampung. *Seiko : Journal Of Management & Business*, 8 (2), 326–338.
- Supartono. (2025). Pengaruh Gratis Ongkir , Live Streaming , Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu 910 Melalui Tiktok Shop. *J O U R N A L O F A R T I F I C I A L I N T E L L I G E N C E A N D D I G I T A L B U S I N E S S (R I G G S)*, 4 (3), 6923–6929.
- Sutedjo Se.Mm, A. (2021). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Serta Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Konsumen Belanja Online Shopee. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi, Dan Manajemen Tri Bisnis*, 3 (2), 165–178.
- Syahda, H. I., Lukitaningsih, A., Cahya, A. D., Quality, S., Quality, S., & Decision, P. (2024). Pengaruh E-Wom , Ease Of Use , Dan Service Quality Terhadap Purchase Decision Pada Pengguna Aplikasi E- Commerce Shopee Di Kota Klaten. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 13 (04), 1277–1287.
- Syahrin, A., Wufron, & Garliani, G. (2025). Pengaruh Live Streaming Dan Online Customer Review Terhadap Purchase Intention Pengguna Generasi Z Di Tiktok Shop. *Jimea : Jurnal Ilmiah Mea(Manajemen,Ekonomi,Danakuntansi)*, 9 (2), 2143–2163.
- Tjiptono, F. (2017). *Service Management: Menciptakan Keunggulan Kompetitif Layanan*.
- Tusadiah, H., Sukaesih, I., & Safitriawati, T. (2025). Pengaruh Live Streaming , Customer Review , Dan Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hanasui Di Tiktok Shop Dengan Moderasi Digital. *Jurnal Lentera Bisnis-Politeknik Lp3i Jakarta*, 14 (3), 3267–3281. <https://doi.org/10.34127/Jrlab.V14i3.1722>
- Ulya, Z., Purusa, N. A., Anomsari, A., & Haziroh, A. L. (2024). Pengaruh Harga, Gaya Hidup, Kualitas Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Ecommerce Zalora. *Jimea | Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 8 (3), 2148–2172.

Varin, Y. H., & Firdaus, R. (2024). Transformasi Bisnis Digital : Peran Sistem Informasi Akuntansi Dalam E-Commerce Digital Business Transformation : The Role Of Accounting Information Systems In E-Commerce. *Jiic: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1 (10), 7022–7028.