

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Agustina, Melinda, Fidellis Wato Tholok dan Handry, 2021. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian secara Online pada Situs Jual Beli Tokopedia (Studi Kasus Wilayah Tangerang), *PRIMANOMICS: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 17, No. 3:1-13.
- Aimsyah, Zulkifli. 2015. *Manajemen Sistem Informasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Arikunto, S. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Bintari, Wulan Probo, IBN Udayana dan Bernadetta Diansepti Maharani, 2022. Pengaruh Usability, Information Quality, dan Service Interaction terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Tokopedia di Kabupaten Kediri), *Perspektif: Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, Vol. 20, No. 1:68-75.
- Dharmmesta, Basu Swastha dan Hani Handoko. 2017. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Ferdinand Augusty. 2017. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2017. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gondodiyoto, Sanyoto. 2016. *Audit Sistem Informasi Pendekatan Konsep*. Jakarta: Media Global Edukasi.
- Gunarso, Lidwina Andrea dan Amelia Setiawan, 2022. User Experience sebagai Variabel Intervening dalam Purchase Decision Making Model Pengguna Sistem Informasi Penjualan Ecommerce Grup Go-To Selama Pandemi Covid-19, *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, Vol. 5, No. 2:189-209.

- Gustriansyah, Rendra, Fery Antony, Rian Rahmanda Putra, 2020. Dampak Variabel Usability terhadap Keputusan Pembelian pada Website E-Commerce B2C, *Prosiding KNSI*.
- Husein, Umar. 2015. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.
- Ihsan, Muhammad Ifan Rifani, Muhammad Rezki dan Doni Purnawa Alamsyah, 2021. Pengaruh Usability, Information Quality dan Service Interaction Quality pada Keputusan Pembelian di Situs Shopee Menggunakan Metode Webqual4.0, *IJCIT (Indonesian Journal on Computer and Information Technology)*, Vol.4, No.1:14-20.
- Indriantoro, Nur and Bambang Supomo. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, Philip dan Armstrong Gary. 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Maulana, T M Murfid dan Nasir, 2021. Pengaruh Kualitas Informasi dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen pada Pengguna Aplikasi E-Commerce di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, Vol. 6, No. 2:368-384.
- Muslimah, Siti, Rahmad Solling Hamid dan Muhammad Aqsa, 2021. Analisis dampak Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online: Perspektif Marketing MIX, *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, Vol. 4, No. 1:137-150.
- Nazarudin, Hamzah dan Yunita Pela, 2021. Pengaruh Kemudahan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Situs D'BC Network Orifline (Studi pada Masyarakat Fatufeto Kota Kupang), *BISMAN Jurnal Bisnis & Manajemen*, Vol. 2, No. 2:112-134.
- Notoatmodjo, S. 2018. *Metode Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nurdin, Ismail dan Sri Hartati. 2019. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Pebiyanti, Elsa, dkk, 2023. Pengaruh Kualitas Informasi, Persepsi Keamanan, dan Persepsi Privasi terhadap Kepercayaan Pengguna Belanja Online (Literature Review), *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, Vol. 4, No. 5: 850.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.

- Qu, Min, Jaejon Kim dan Sujeong Choi, 2021. The Effects of Multidimensional Customer Trust on Purchase and eWOM Intentions in Social Commerce based on WeChat in China, *Asia Pacific Journal of Information Systems*, Vol. 27, No. 2: 77-98.
- Sam, M. F. M., dan Tahir, M. N. H., 2021. Website Quality and Consumer Online Purchase Intention of Air Ticket, *International Journal Of Basic & Applied Sciences*, Vol. 9, No. 10:4-9
- Samudro, Dicky Anugrah dan Widyastyuti, 2021. Peran Kualitas Layanan Elektronik, Presepsi Kemudahan, dan Kualitas Informasi terhadap Niat Pembelian Online Streaming Musik Spotify, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 8, No. 3:968-980.
- Sembodo, Firman Galuh, Gita Fadila Fitriana dan Novian Adi Prasetto, 2021. Evaluasi Usability Website Shopee Menggunakan System Usability Scale (SUS), *Journal of Applied Informatics and Computing (JAIC)*, Vol. 5, No. 2:146-150.
- Semuel, Hatane, Serli Wijaya dan Cristian Alianto, 2021. Pengaruh Usability, Information Quality, dan Interaction Quality terhadap Web Revisit Intention dan Purchase Intention Website Bali Tourism Board, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 15, No. 1:28-38.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Suparyanto dan Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: In Media.
- Sutisna. 2016. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Windarto, Yudhi, 2021. Pengaruh Usability Factor Website E-Commerce Model B2C terhadap Kepercayaan User, *Jurnal Sistem Informasi (JSI)*, Vol. 8, No. 2:1106-1120.
- , (2021). *Pedoman Penyusunan Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muria Kudus.