

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Rifki Nugroho. 2013. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dengan Sistem Pre-Order secara Online. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Alma, Buchari. 2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Anggraeni, P. & Madiawati, P. N. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Situs [www.Traveloka.com](http://www.Traveloka.com). e-*Proceeding of Management*. Vol. 13 No. 2 (ISSN: 2395-9357).
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia “Survey Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia tahun 2020” 2021 .<https://www.apjii.or.id/survei>.
- Ayuningtias, Kartika. 2018. “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam”. *Journal of Applied Business Administration* Vol 2, No 1, Maret 2018, hlm. 152-165. e-ISSN:2548-9909.
- Azimah, Rizki Nor, Ismi Nur Khasanah, Rizky Pratama, Zulfanissa Azizah, Wahyu Febriantoro, Shafa Rifda Syafira Purnomo .2020. Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Sosial Ekonomi Pedagang Di Pasar Klaten Dan Wonogiri. *EMPATI, Jurnal Kesejahteraan Sosial* . Vol. 9 No. 1 Juni 2020.
- Bacon-Shone, JH. 2013. *Introduction to Quantitative Research Methods*. Hong Kong: Graduate School, The University of Hong Kong.
- Cho, Y. C., & Sagynov, E. (2015). Exploring factors that affect usefulness, ease of use, trust, and purchase intention in the online environment. *International Journal of Management & Information Systems (IJMIS)*, 19(1), 21-36.
- E-commerceIQ. 2018. eIQ Consumer Pulse: Uncovering the Value of Indonesia’s Top Online Platforms. .
- E. Yuniarto dan J. D. Siregar, “Pemilihan EMarketplace Di Indonesia Pada Kuartal Pertama Tahun 2020 Menggunakan Metode Fuzzy MOORA,” *Journal IC Tech*, vol. 15, no. 1, pp. 29-33, 2020.
- Faradila, Selli, Nisrina., (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Beli dengan

Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*.

Ferdinand, Augusty. 2016. *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk*

*Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Edisi 4. Semarang: AGF Books.

Ginting, M (2019). *Prilaku konsumen*. Desember. <https://doi.org/10.31227/ost.io/pfjhz>

Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi..* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Iv, V., April, N., Dan, P. E., Nilai, P., & Priansa, D. J. (2016). *Berbelanja Online Di Lazada*. IV(1), 117–124.

Ghozali, Imam. 2017. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi Dengan Progam AMOS 24 Update Bayesian SEM*, edisi ke 7. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.

Hadi, Syamsul., & Novi. 2015. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking*. *Jurnal Ekonomi & Pembangunan*. Vol.5, No.1, 2016.

Hair, J., Anderson, R., Tatham, R., & Black, W. (2010). *Multivariate Data Analysis*, 7th Edition. Uppersaddle River, New Jersey; Pearson Education.

Hartono, Bambang. 2013. *Sistem Informasi Manajemen Berbasis Komputer*. Jakarta: Rineka Cipta.

Honoatubun, S. (2020). “Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia”. *EduPsyCouns Journal*. 2 (1):151.

Ipriceinsights. (2020). *Peta E-Commerce Indonesia*. Retrieved November 17, 2020, from <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>.

Jagiyanto,H,. —sistem teknologi informasi,|| Sist. Teknol. Inf., 2017

J, Gao., Zhang, C., Wang, K. & Ba, S, (2012). “*Understanding online purchase decision making: The effect of unconscious thought, information quality, and information quantity*. *Decision Support System*, Vol. 53 No. 4, pp. 772-781.

- J. Ginting Br Veronika, "Penerapan Sistem Pendukung Keputusan Dalam Menentukan E-Commerce Terbaik Menggunakan Metode SAW," *Jurnal Media Informatika Budidarma*, vol. 4, no. 1, pp. 225-228, 2020. Kirigia, J. M., & Muthuri, R. N. D. K. (2020). *The Fiscal Value of Human Lives Lost From Coronavirus Disease (COVID-19) in China*. *BMC Research Notes*, 13(1), 1–5. <https://doi.org/10.1186/s13104-020-05044-y>
- Kickbusch, I., Leung, G. M., Bhutta, Z. A., Matsoso, M. P., Ihekweazu, C., & Abbasi, K. (2020). Covid-19: *How a Virus is Turning The World Upside Down*. *Bmj*, 1336 (April),
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principle of Marketing*. 15th edition, New Jersey: Pearson Prentice Hall. <https://doi.org/10.1016/j.cell.2009.01.043>.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2017). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Lee, H.H., Fiore, A.M., and Kim, J., 2010, *The role of the technology acceptance model in explaining effects of image interactivity technology on consumer responses*. *International Journal of Retail & Distribution Management*. Vol. 34, No. 8, 2010.
- Ling, K. C., Chai, L. T., & Piew, T. Hoi. (2010). The effects of shopping orientation, online trust and prior online purchase experience toward customers' online purchase intention. *International Business Research*, 3(3).
- Mahardika dan Basuki. 2011. *Factor Determining Acceptance Level of Internet Banking implementation*. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*. 2011. Diambil dari: <https://media.neliti.com/media/publications/87708-ID-pengaruh-kemudahan-terhadap-kepercayaan.pdf> (21 Januari 2018).
- Masoud, E. Y. (2013). *The Effect of Perceived Risk on Online Shopping in Jordan*. *European Journal of Business and Management*, 5(6), 76–88.
- Maulidiyahwati, Septi. 2017. *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Risiko Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Mandilas, A., Karasavoglou, A., Nikolaidis, M., & Tsourgiannis, L. (2013). Predicting consumer's perceptions in on-line shopping. *Procedia Technology*, 8, 435-444.
- Monisa, Martina. 2012. *Persepsi Kemudahan dan Kegunaan OPAC Perpustakaan UNAIR*. Skripsi. Surabaya: Universitas Airlangga. Diambil dari: <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-Jurnal%20Martina.pdf> (25 Mei 2018).

- Naomi, P. B. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian konsumen dalam memilih belanja secara Online (Studi pada pengguna Situs Jual Beli Online Kaskus.co.id di Purworejo).
- Nasution, Dito. Aditia Darma, Erlina. dan Iskandar Muda, 2020. "Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia," Jurnal Benefita 5(2) Juli 2020
- Nawangarsari,Sri. 2018. "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Online Shop YLK.Store)". Konferensi Nasional Sistem Informasi 2018 STMIK Atma Luhur Pangkalpinang, 8 – 9 Maret 2018.
- Nursalim, Isnan. 2020. Imunitas Sosial : Gotong Royong Menghadapi Pandemi Covid-19. Sukabumi : Haura Publishing.
- Pambudi, Bambang Setiyo. 2014. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan, dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet Banking. Jurnal Studi Manajemen. Vol. 8, No. 1, 2014.
- Pratama, A., Eldine, A., & Muniroh, L. (2020). Pengaruh Harga, Ulasan, Dan Tampilan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. Manager : Jurnal Ilmu Manajemen, 3(3), 421. <https://doi.org/10.32832/manager.v3i3.3909>.
- R. McLeod & George. P.S dalam Azhar Susanto. 2013. Sistem Informasi Manajemen. Jakarta : Salemba Empat.
- S. Acharjee, S. Abujar, S. Acharjee and S. Islam, "Decision Support Systems For Online Product Recommendation Service Based on Consumer Behavior," International Journal of Computer Applications, vol. 174, no. 8, pp. 34-37, 2017.
- S. Sari and A. Tjini, —Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking,l J. Ilm. Univ. Brawijaya, 2015.
- Sayuti, Rosiady H. 2020. "The Influence of Pandemic Covid-19 on Small Business Enterprise in West Nusa Tenggara Province," Makalah yang dipresentasikan pada The 2nd Annual Conference on Education and Social Sciences. FKIP Universitas Mataram, October 26-27, 2020.

- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2010). *Consumer Behavior* (10th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Sekaran, Uma. 2016. *Research Methods For Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, J. Nugroho. 2013. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Siagian, H., & Cahyono, E. (2018). Analisis Website Quality, Trust dan Loyalty Pelanggan Online Shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol 8 No 2 Oktober 2018.
- Sitorus, M. R. & Keke, Y. (2017). *Membangun Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Pada Online Travel Agent (Studi kasus: penumpang Perusahaan penerbangan Domestik Berjadwal di Pulau Jawa)*.
- Sri marta, J., Sitorus, M. R., Keke, Y. & Panjaitan, F. (2016). *The Airline Customer's Buying Decision Throuhh Online Travel Agent: A case study of the Passenger of Schedule Domestic in Indonesia. International Journal of Economics, Commerce and Mangement*. Vol. IV Issue 3 (ISSN : 2348 0386).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. In Bandung: Alfabeta. <https://doi.org/Doi.10.1016/J.Datak.2004.11.010>.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.; Sutopo, Ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni. V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sutrisni. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualias Pelayanan, Desain Produk, Harga dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat IM3*. Tesis. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Suyono. 2015. *Analisis Regresi untuk penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Tuban, E., King, D., Viehland, A., & Lee, J. (2010). *Electronic Commerce 2010 A Managerial Perspective* (10th ed.). New Jersey: Pearson.
- T. Suryani, *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2019.
- Thomson.(2013). *Analisis Pengaruh Kualitas Peayanan Konsumen pada Warung Ucok Durian Iskandar Muda Medan Terhadap Keputusan Pembelian.FE USU*. Vol 1 No. 1.

Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Yogyakarta: Andi.

Top Brand Award. 2018. Tob Brand Indek Fase 2018. (diakses pada 13 januari 2019).

[www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com).

Yousafzai, S. Y., Pallister, J. G., dan Foxall, G. R. 2013. *A Proposed Model of ETrust for Electronic Banking*, *Technovation*, 23: 847-860.

Wicaksono, Adhi. (2019) “Netijen Indonesia Paling Gemar Belanja Online” Diakses April 2019 <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190201173813-185365769/netizen-online-indonesia-gemar-belanja-online>.

Link

<https://Infokomputer.grid.id/amp/12209631/strategi-shopee-jaga-data-pengguna>

<https://KonsumenDigital.com/2021/01//ini-cara-belanja-pada-shopee-dan-keterangannya>

<https://CerdasBelanja.grid.id/read/522651946/kenali-fitur-layanan-pada-shopee>

<https://wartaekonomi.go.id/read134351/ini-cara-shopee-rebut-hati-konsumen>

<https://wartaekonomi.go.id/read146527/ini-cara-lazada-rebut-hati-konsumen>

<https://www.google.com/amp/s/m.republika.co.id/amp/qijhl6383>

