

DAFTAR PUSTAKA

- Achadi, A., Surveyandini, M., & Prabawa, A. (2021). Pengaruh Kualitas Website E-Commerce, Kepercayaan, Persepsi Risiko dan Norma Subyektif terhadap Minat Beli Secara *Online* di bukalapak. com. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 21(3), 1207-1212.
- Aurani, I. S. (2022). PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP KEGUNAAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN WEBSITE LAPOR! DI KABUPATEN DEMAK (Doctoral dissertation, Institut Pemerintahan Dalam Negeri).
- Agustina, R., Gustiana, R., & Hestiawati, R. (2022). PENGARUH KUALITAS SISTEM DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BANJARMASIN. *Dinamika Ekonomi: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(2), 359-374. <https://doi.org/https://doi.org/10.53651/jdeb.v15i2.395>.
- Anggila Wibasur, Tantri Tamara & Yanu Adi Kusuma. (2020). *Measure Social Media Marketing dan Sertifikat Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Pada Aplikasi Belanja Online Shopee*.<https://dvs.co.id/27>
- Annur, C. M. (2022, December 16). Survei Populix: Traveloka aplikasi perjalanan online paling banyak disukai konsumen. *Katadata*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/16/survei-populix-traveloka-aplikasi-perjalanan-online-paling-banyak-disukai-konsumen>
- Azhari, H. (2021). *Analisis Pengaruh Ease Of Use, Shopping Experience Dan Advertisement Terhadap Minat Beli E-Commerce Customers Tokopedia Di Kota Batam* (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- Batlajery, S. (2016) *Penerapan Fungsi Fungsi Manajemen Pada Aparatur pemerintah Kampung Tambat Kabupaten Merauke*, 135-155
- Darmanto, A. (2021). Pengaruh kualitas website dan promosi penjualan terhadap minat beli di bukalapak. com. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 20-33.

- Daulay, R., Handayani, S., & Ningsih, I. P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Store Atmosphere dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Konsumen Department Store di Kota Medan. Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA), 1, 1–14. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/KNEMA/>
- Dayanti, S., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. (2021). Pengaruh Perceived Security Dan Information Quality Terhadap Trust Serta Dampaknya Terhadap Online Purchase Intention. *Jurnal Syntax Admiration*, 2(11), 2158-2169.
- Defa, S. (2023). *Implikasi TRA (theory of reasoned action) dan TAM (theory acceptance model) pada pengguna layanan online banking (studi kasus pada pengguna layanan online banking mandiri di Bandar Lampung)* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS LAMPUNG).
- Dwi Rahmawati, E., & Untarini, N. (2023). Pengaruh e-wom, kualitas informasi, dan brand trust terhadap niat beli minuman & es krim waralaba Mixue. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 565–575. <https://doi.org/10.26740/jim.vn.p565-575>
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi OVO. *Jurnal Manajemen STEI*, 3(2), 27-37.
- Fendini, S.D., Kertahadi, & Riyadi. (2020). Pengaruh Kualitas Sistem dan Kualitas Informasi terhadap kepuasan pengguna di PT.PLN (Persero) Area Malang. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 6(1), 1-11.
- Ghozali, I. (2017). *Ekonometrika : Teori, Konsep dan Aplikasi Dengan IBM SPSS* 24. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Graha, P. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan E-Marketplace Shopee. *SisInfo–Jurnal Sistem Informasi dan Informatika*, 1(1), 1-11.
- Gusnidiawati, G. (2023). *PENGARUH TRUST, CUSTOMER REVIEW DAN CUSTOMER RATING TERHADAP MINAT BELI PADA TRAVELOKA.COM (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Kampung Melayu Kota*

- Pekanbaru*) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Helmi, S. (2022) PENGARUH REPUTASI, KUALITAS INFORMASI, DAN E-WOM TERHADAP MINAT BELI PADA SITUS JUAL BELI TIKET ONLINE TRAVELOKA DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Studi Kasus Pada Konsumen Tiket Online Di Bandar Lampung) <https://repository.radenintan.ac.id>
- Hidayatullah, S. Patalo, R. G., Rachmawati, I. K., & Alvianna, S., (2020). Analisis Kualitas Sistem Dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Sosial Media Instagram Pada Akun@ bbtbnbromotenggersemeru. vol, 2, 65-77.
- Hsu, C. L., Chang, K. C., & Chen, M. C. (2012). *The Impact of Information quality on Customer Satisfaction and Purchase Intention: Perceived playfulness and perceived flow as mediators. Information Systems and E-Business Management*, 10(4), 549–570. <https://doi.org/10.1007/s10257-011-0181-5>
- Holdenianda, Lauren Zahra, and Andhatu Achsa. "Harga, Promosi, Kredibilitas, Kualitas Website, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Makanan Menggunakan Jasa Grabfood." *Competence: Journal of Management Studies* 16.2 (2022): 160-169.
- Irfanolita, T., & Pardede, R.P (2022). Penerapan Sistem Informasi Dalam Peningkatan Efektifitas dan Produktifitas Perusahaan Pada PT. Adhi Karya (Persero) Tbk
- J Suprianto. (2018) Manajemen penerbit UGM Press
- Jessica, J. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Purchase Intention pada e-Commerce Tiket. [com/Jessica/24180466/Pembimbing: Rita Eka Setianingsih](https://www.researchgate.net/publication/358444444).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Manajemen pemasaran edisi 13 jilid 2.
- Kotler, P., Keller, K. L., and Chernev A. (2022). Marketing Management Global Edition. 16th edition. Pearson Education Limited.
- Kristina, A., & Widyaningrum, A. (2019). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

- Mbete, G.S., & Tanamal,R. (2020) Pengaruh Kemudahan, Kualitas Pelayanan, Harga, Kepercayaan Kualitas Informasi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pembelian Online Shopee. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*
- Muhsin, Ali, and Dindan Amanda Zuliestiana. 2017. “Analisis Pengaruh Kualitas Website (Webqual) 4.0 Terhadap Kepuasan Pengguna Bukalapak Di Kota Bandung.” eProceeding of Management.
- Nurdiansyah, Haris dan Robbi Saepul Rahman. 2019. Pengantar Manajemen. Yogyakarta: Diandra Kreatif.
- Panjaitan, R. (2018). Manajemen Pemasaran. *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*, 1-122.
- Riyanto, K., & Suriyanti, S. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Desain Website Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Pada tiket. com Di Bekasi. *Jurnal Pelita Ilmu*, 15(01), 42-47.
- Robbins, Coulter. (2018). Management 14th Edition. Canada: Pearson.
- Sadiki, T. N., & Dwiyantri, I. A. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Minat Beli Ulang: Perspektif Mahasiswa. *International Journal Administration, Business & Organization*, 2(2), 59-75.
- Saputra, F., Khaira, N., & Saputra, R. (2023). Pengaruh User Interface dan Variasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Literature). *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 18-25.
- Sahir, S. H. (2021). Metodologi penelitian. Penerbit KBM Indonesia.
- Saidani, B., Lusiana, L. M., & Aditya, S. (2019). Analisis pengaruh kualitas website dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk minat pembelian ulang pada pelanggan shopee. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(2), 425-444.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan minat beli dengan keputusan pembelian pada konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147.
- Santika, E. F. (2023, April 20). Nilai *Online* Booking Pariwisata Tumbuh, Traveloka dan Tiket.com Punya Pangsa Pasar Terbesar. *Katadata*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/04/20/nilaionline>

[booking-pariwisata-tumbuh-traveloka-dan-tiketcom-punya-pangsapasar-terbesar.](#)

- Schiffman, L. G. & Kanuk, L., L. 2018. Perilaku Konsumen, Edisi 7. Alih Bahasa: Zoelkifli. Jakarta : Indeks.
- Sholihatin, E., Ramadhan, R., Jovian, A. D., Gabriel, P. R. E., Triwinanda, R. S. Y., Ramadhani, M. N., & Bimantoro, R. B. (2023). PENGARUH PENGGUNAAN BAHASA INDONESIA TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA PORTAL LAYANAN MAHASISWA FASILKOM UPN “VETERAN” JATIM. *Prawara: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 4(2), 99-106.
- Sianturi, T. B., Panigoro, A. P. S., & Saberina, S. (2023). The Influence Of Perceived Benefit And Ease Of Use On Interest In Using The Ovo Digital Wallet. *Journal of Business and Management Inaba*, 2(02), 71-80.
- Soetam Rizky Wicaksono. (2022). Teori Dasar Technology Acceptance Model. Zenodo. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7754254>
- Sudarsono, H. (2020). Buku ajar: Manajemen pemasaran. Jember: Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.
- Suliyanto. 2011. “Ekonometrika Terapan: Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS”. Edisi 1. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Suparwo, A., & Rahmadewi, P. (2021). Pengaruh kualitas produk, kualitas informasi dan kepercayaan pelanggan terhadap minat beli online di Lazada. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(4), 446.
- Supriyadi, E. (2021). Sistem Informasi Bisnis. Yogyakarta: Andi.
- Suriyadi, F. I. (2021). Pengaruh Perceived Information Quality, Dan Endoser Credibility Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening; Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 8(2), 1–15.
- Swarjana, I. K., & SKM, M. P. H. (2022). *Populasi-sampel, teknik sampling & bias dalam penelitian*. Penerbit Andi.
- Taan, H. (2021). Kemudahan penggunaan dan harga terhadap minat beli *online* konsumen. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 89-96.

- Tanjaya, S. C., Maneke, L., Tawas, H., Informasi, P. K., Dan, K., Konsumen, K., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2019). Pengaruh Kualitas Informasi, Kepercayaan Dan Kemudahan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vape Di Instagram. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4). <https://doi.org/10.35794/Emba.V7i4.25701>
- Top Brand Index beserta kategori lengkap | Top Brand Award*. (n.d.). https://www.topbrandaward.com/topbrandindex/?tbi_year=2023&tbi_index=topbrand&type=brand&tbi_find=TIKET.COM
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh kemanfaatan, kemudahan penggunaan dan promosi terhadap keputusan penggunaan e-wallet ovo di Depok. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 7(1), 54-68.
- Widjaja, F. N., & Setyawan, A. B. (2021). the Effect of Technological and Behavioral on the Adoption of the ShopeePay Mobile Payment. *Journal of Entrepreneurship & Business*, 2(2), 106-118.
- Widiani, N. L. M., Indiani, N. L. P., & Wahyuni, N. M. (2019). Pengaruh citra merek dan kualitas informasi terhadap minat konsumen berbelanja kembali di Zalora. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 127-136.
- Wulandari, H. P., & Subandiyah, A. E. (2022). Pengaruh Ulasan Produk, Harga dan Pembayaran Non Tunai (Shopee PayLater) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Market Place Shopee di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 9(2), 80-93.
- Yoebrilanti, A. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Produk Fashion dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderator (Survei Konsumen pada Jejaring Sosial). *Jurnal Manajemen* Vol. 8 Nomor 1. <http://ejurnal.lppmunsera.org/index.php/JM/articel/viewFile/660/648>
- Yosse, F., & Wuisan, D. S. S. (2021). Pengaruh Information Quality, Social Psychological Distance, Sense of Power dan Trust terhadap Consumer Purchase Intentions pada Social Commerce (Studi Kasus: TikTok). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 11(1), 43–52. <https://doi.org/10.35797/jab.v11.i1.43-52>