

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku:

- Ali, H. (2008). *Manajemen Pemasaran dan Marketing*. Alfabeta.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. BP Universitas Padjajaran, Bandung.
- Gujarti, & Damodar, N. (2004). *Basic Econometrics* (Fourth Edition). McGraw Hill Inc.
- Hermawan, S., & Amirullah. (2016). *Metode Penelitian Bisnis*. Media Nusa Creative.
- Isma, A., Syamsuddin, Augustinah, F., Anwar, R. N., Muhsyi, A., Putri, S. E., Pancawati, N. L. P. A., Wahid, M. N. A., Setyawati, A., Nani, Gunawan, P. W., Faradilla, C., Yahya, Wardhana, A., Setiawan, H., & Abdurohim. (2023). *E-COMMERCE DAN INTERNET OF THINGS (IOT)* (A. Sudirman, Ed.). CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Edition). Pearson Education.
- Mariana. (2022). *Informasi Akuntansi dan Keputusan Kredit* (Cetakan Pertama). CV. Bintang Semesta Media.
- Marina, A., Wahjono, S. I., Syaban, I., & Suarni, A. (2017). *SISTEM INFORMASI AKUNTANSI: TEORI DAN PRAKTIKAL*. UMSurabaya .

- McCrindle, M. (2009). *The ABC of XYZ: Understanding the global generations* (B. Vista, Ed.).
- Prasetio, A., Ashoer, M., Simarmata, J., Hutahaen, J., Samosir, R. S., Nugraha, H., Jamaludin, J., Harmayani, H., Putra, S. H., & Irdawati, I. (2021). *Konsep Dasar E-Commerce* (A. Karim, Ed.; Cetakan 1). Yayasan Kota Menulis.
- Romney, M. B., Steinbart, P. J., Summers, S. L., & Wood, D. A. (2020). *Accounting Information Systems* (15 ed.).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kebijakan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D dan Penelitian Evaluasi*. Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategi* (Edisi 2). Andi.
- Umriati, & Wijaya, H. (2020). *ANALISIS DATA KUALITATIF Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan* (S. C. Setiana, Ed.). Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Witi, F. L. (2021). *MEMBANGUN E-COMMERCE Teori, Strategi dan Implementasi* (E. Pujiyono, Ed.; Cetakan Pertama). CV. Amerta Media.
- Zacharias, T., Wenno, & Laurens, S. (2019). *METODE PENELITIAN SOSIAL TEORI DAN APLIKASI* (M. Rianti, Ed.; Cetakan Pertama). Uwais Inspirasi Indonesia.
- Zamzami, F., Nusa, N. D., & Faiz, I. A. (2021). *SISTEM INFORMASI AKUNTANSI* (Andayani, Ed.). Gajah Mada University Press.

### **Sumber Jurnal:**

- 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. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i1.6001>
- Arbani, T. D. (t.t.). *Pengaruh Trust, Customer Satisfaction dan User Flow Experience terhadap E-Loyalty Pengguna Aplikasi Shopee. (Studi pada Gen Y (Milenial) Pengguna Aplikasi Shopee di Jawa Timur)*.
- Arda, M., & Pulungan, D. R. (2019). *Faktor Pendorong dan Penghambat Pengadopsian E-Commerce Pada UsahaKecil dan Menengah di Kota Medan. 1*.
- Ayu, N. F., Agata, Y., Satriani, M., Asnaini, A., & Arisandi, D. (2022). Kepuasan Belanja Fashion Online dan Offline (Studi pada Muslimah Kecamatan Selebar Kota Bengkulu Provinsi Bengkulu). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(1), 15. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i1.446>
- Bayu, D. J. (2021, November 2). *10 E-commerce dengan Pengunjung Terbesar pada Kuartal IV 2020*. [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id).
- Condrobimo, A. R. (2021). *E-Bisnis dan Kolaborasi Global Peran Fungsi Sistem Informasi dalam Bisnis*.

- Febriyani, D., Manullang, R. R., & Novika. (2021). *The 2015 AEC Business Competition, Business Intelligence and Implications for Small Medium Enterprises Competitiveness*. [www.stie-ibek.ac.id](http://www.stie-ibek.ac.id)
- Haqiqi, N., Lasiyono, U., & Prabowo, T. A. (2020). Pengaruh Kemudahan, Manfaat dan Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Belanja Online dalam Menggunakan E-Commerce Shopee di Kelurahan Tanjungsari, Kecamatan Taman Sidoarjo. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 1(1).
- Khairum Nisa, F., Bregas Viratama, A., & Hidayanti, N. (2020). *Analisis Pencarian Informasi Remaja Generasi z dalam Proses Pengambilan Keputusan Belanja Online (Analisis pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Tidar)* (Vol. 4, Nomor 2). <https://datareportal.com/reports/digital-2020-july-global-statshot>
- Rinaldi, A., & Santoso, S. B. (2018). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS INFORMASI, KUALITAS SISTEM DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Pelanggan Traveloka di Kota Semarang)*. 7(2), 1–14. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Warsito, A. (2022). *Indikator Kepuasan Pelanggan dan Metode untuk Mengukurnya*. <https://glints.com/id/lowongan/faktor-kepuasan-pelanggan-dan-metodenya/#.Y-5ZBnZBy3B>.

Wijaya, V. S., & Susanto, E. H. (2022). Efektivitas Pelayanan E-Commerce Shopee sebagai Upaya Menciptakan Kepuasan Konsumen Berbelanja Online. *Prologia*, 6(1). <https://doi.org/10.24912/pr.v6i1.10269>

**Sumber Website:**

Annur, C. (2022). Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022.

*DataBoks.*

<https://databoks.katadata.co.id>

<https://www.kompas.com>

<https://www.wikipedia.org/>

<https://www.lpse.kemenkeu.go.id/eproc4>

Rizaty, M. A. (2021, November 25). *Transaksi E-Commerce Indonesia*

*Diproyeksikan Capai Rp 403 Triliun pada 2021.* [databoks.katadata.co.id](https://databoks.katadata.co.id).