

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2019). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). PT. Rajagrafindo Persada.
- Aco, A., & Endang, A. H. (2017). Analisis Bisnis E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. *Jurnal Teknik Informatika FSAINTEK UINAM*, 2(1), 1–13.
- Ahmadi, A., Nakaa, N., & Bouri, A. (2018). Chief Executive Officer attributes, board structures, gender diversity and firm performance among French CAC 40 listed firms. *Research in International Business and Finance*, 44(1), 218–226. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2017.07.083>
- Dwi, I., & Asrori. (2019). Pengaruh Literasi Terhadap Kepercayaan Muzaki Pada Lembaga Pengelola Zakat Dengan Akuntabilitas Dan Transparansi Sebagai Variabel Inte. *Economic Education Analysis Journal*, 2(1), 18–23.
- Firmansyah, M. A., & Mahardika, B. W. (2018). *Pengantar Manajemen*. Deepublish.
- Hadiyati, & Fatkhurahman. (2021). Dampak Kepercayaan Diri Mahasiswa Berwirausaha Melalui Lingkungan Keluarga dan Kemandirian. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 5(1), 77–84. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v5i1.213>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Sage publications.
- Iskandar, D., & Nasution, M. I. B. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i FEB UMSU). *Jurnal Kewirausahaan*, 1(1), 128–137.
- Jaa, E., & Sulistiyowati, S. W. (2019). Pengaruh Transparansi, Akuntabilitas, Dan Partisipasi Masyarakat Pada Pengelolaan Alokasi Dana Desa (Add) Terhadap

- Pembangunan Desa. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 7(1), 1–9.
<https://doi.org/10.21067/jrma.v7i1.4237>
- Junaidi. (2021). *Aplikasi dan Structural Equation Modeling (SEM)*. UPT Unhas Press.
- Kasinem. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serele Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329–339. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v17i4.5096>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran (II)*. PT. Indeks.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Khalifah Mediatama.
- Limakrisna, N., & Purba, T. P. (2017). *Manajemen Pemasaran, Teori dan Aplikasi Bisnis di Indonesia* (2nd ed.). Mitra Wacana Media.
- Manullang, M. (2018). *Dasar-dasar Manajemen*. Ghalia Indonesia.
- Marco, R., & Ningrum, B. T. P. (2017). Analisis Sistem Informasi E-Marketplace Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Kerajinan Bambu Dusun Brajan. *Jurnal Ilmiah DASI*, 18(2), 48–53.
- Margono. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Rieka Cipta.
- Maristha, M. D. D., Santoso, A. J., & Dewi, F. K. S. (2021). Sistem Rekomendasi Pembelian Produk Kesehatan pada E-Commerce ABC berbasis Graph Database Amazon Neptune menggunakan Metode Hybrid Content-Collaborative Filtering. *Jurnal Buana Informatika*, 12(2), 88–97.
- Mishra, D. B., & Alok, D. (2017). *Handbook of Research Methodology*. Educreation.
- Panjaitan, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Sukarno Pressindo.
- Rafiah, K. K. (2019). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Berbelanja melalui E-

- commerce di Indonesia. *Al Tijarah*, 5(1), 46–56.
<https://doi.org/10.21111/tijarah.v5i1.3621>
- Ramadoni, W. (2020). Pengaruh Promosi Ovo Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Pada Pengguna Ovo. *Jurnal Ecopreneur*. 12, 3(1), 1–7.
<https://doi.org/10.51804/econ12.v3i1.673>
- Rangkuti, K. (2018). Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Tanaman Anggrek (Orchidaceae) Di Kota Medan. *BIOLINK (Jurnal Biologi Lingkungan, Industri, Kesehatan)*, 4(2), 130–139.
<https://doi.org/10.31289/biolink.v4i2.1154>
- Rosyad, S. (2018). Efektifitas Dan Efisiensi Penerapan E-Commerce Pada Pt. Wahana Surya Plastik. *Jurnal Manajemen*, 3(1), 627.
<https://doi.org/10.30736/jpim.v3i1.146>
- Saluy, A. B., & Kemalasari, N. W. (2017). Analisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pelanggan pt. Xyz. *Seminar Ekonomi dan Bisnis ...*, 1(1), 1–10. <https://ojs.ekonomi-ungris.ac.id/index.php/SNEBIS/article/view/210%0Ahttps://ojs.ekonomi-ungris.ac.id/index.php/SNEBIS/article/viewFile/210/339>
- Sarifudin, & Maya, R. (2019). Implementasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Di Madrasah Aliyah Terpadu (Mat) Darul Fallah Bogor. *Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(2), 135–154. <https://doi.org/10.30868/im.v2i02.513>
- Sarinah, & Mardalena. (2017). *Pengantar Manajemen*. Deepublish.
- Sugiono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sun, L., Ji, S., & Ye, J. (2018). Partial least squares. *Multi-Label Dimensionality Reduction*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1201/b16017-6>
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Andi.

- Umami, R., & Nurodin, I. (2017). Pengaruh Transparansi Dan Akuntabilitas Terhadap Pengelolaan Keuangan Desa. In *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sukabumi* (Vol. 6, Nomor 11).
- Yustiani, R., & Yunanto, R. (2017). Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi. *Komputa : Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika*, 6(2), 43–48. <https://doi.org/10.34010/komputa.v6i2.2476>
- Zaluchu, S. E. (2021). Metode Penelitian di dalam Manuskrip Jurnal Ilmiah Keagamaan. *Jurnal teologi Berita hidup*, 3(2), 249–266.