

DAFTAR PUSTAKA

- Adyanto, B. C., & Santosa, B. S. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, Harga dan Kepercayaan Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi layanan E-commerce Berrybenka.com). *Diponegoro Journal of Management*.
- Alhadar, S. Z., & Pamungkas, I. N. (2017). Analisis Tiga Dimensi Brand Image Pada Pt. Indosat Ooredoo Melalui Media Sosial Twitter @IM3OOREDOO. *e-Proceeding of Management: Vol 4, No 3*, 3016.
- Amirullah. (2021). *Prinsip Prinsip Manajemen Pemasaran*. Sidoarjo: Indomedia Pustaka.
- Anggoro, A. (2019). Effects Of Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And Perceived Value On Behavioral Intention To Use Digital Wallet. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya, Vol. 7, No. 2*.
- Ayuningtiyas, K., & Gunawan, H. (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*.
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis: Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Harlow CM17 9NA: Pearson.
- Datareportal. (2022, February 15). *DIGITAL 2022: INDONESIA*. Retrieved from Datareportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Echdar, S. (2017). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish Publisher.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. CV. Penerbit Qiara Media.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Ginee. (2021, November 9). *Pengguna TikTok Indonesia Gempar, Potensi Cuan Mengelegar*. Retrieved from Ginee: <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/>
- Hakim, R. H., & Idris. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen Serta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada Go-Ride di Kota Bandung). *Diponegoro Journal of Management, Volume 6, Nomor 1*, 1-11.
- Hidayat, I., Arifin, R., & Priyono, A. A. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Harga dan Kualitas Informasi Penggunaan E-Commerce terhadap Keputusan Pembelian Online pada situs Bukalapak.com. *E-Jurnal Riset Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma*.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- IPrice. (2021). *Highlight Belanja Online Indonesia 2021*. Iprice Group.
- Khairani, S. (2015). Pengaruh Kepercayaan Kualitas Informasi Dan Pelayanan.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing 17/E*. United Kingdom: Pearson.
- Kredivo; Katadata;. (2022). *Perilaku Konsumen E-Commerce Indonesia*.
- Lestari, L. D., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Fenomena Harbolnas (Hari Belanja Online Nasional) Pada E-Commerce Shopee Melalui Diskon dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) P-ISSN 2337-6078, Volume 9 No.3*.
- Maulana, A. (2019). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Nasution, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ecobisma Vol.7 No.1* .
- Populix. (2022). *The Social Commerce Landscape in Indonesia*.

- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*.
- Putri, F. A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman *Online* Shopee Paylater. *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 8 Nomor 3*.
- Rahmizal, M., & Yuvendri, R. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring di Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa di Kota Padang. *Jurnal Pundi, Vol. 04*.
- Rizaty, M. A. (2022a, Juli 12). *Pengguna Tiktok Indonesia Terbesar Kedua di Dunia*. Retrieved from DataIndonesia: <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-Tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia>
- Rizaty, M. A. (2022b, Januari 4). *TikTok, Aplikasi yang Paling Banyak Diunduh pada 2021*. Retrieved from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/04/Tiktok-aplikasi-yang-paling-banyak-diunduh-pada-2021#:~:text=Menurut%20riset%20AppTopia%2C%20Tiktok%20mencatatkan%20656%20juta%20unduh%20pada%202021>.
- SensorTower. (2022). *SensorTower*. Retrieved from Sensortower.com: <https://sensortower.com/>
- Sirclo. (2021, November). *Apa itu Tiktok Commerce?* Retrieved from Sirclo: <https://www.sirclo.com/blog/apa-itu-Tiktok-commerce-berikut-penjelasan/>
- Sirclo. (2021, Desember 29). *SIRCLO: 2021 in Review and E-Commerce Trends to Foresee in 2022*. Retrieved from Sirclo: <https://insights.sirclo.com/blog/2021/12/sirclo-2021-in-review-and-e-commerce-trends-to-foresee-in-2022>
- Statista. (2021). *Indonesia Leading Smartphone Apps Used Daily*. Retrieved from Statista: <https://www.statista.com/statistics/1280293/indonesia-leading-smartphone-apps-used-daily/>

- Statista. (2022, Juni). *Digital Markets: eCommerce Indonesia*. Retrieved from Statista: <https://www.statista.com/outlook/dmo/ecommerce/indonesia>
- Sucipto, E., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta. *Jurnal Manajemen*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Tempo.co. (2022, Agustus 4). *Tumbuh 23 Persen, Transaksi E-commerce RI Kuartal I 2022 Rp 108,54 T*. Retrieved from Tempo.co: <https://bisnis.tempo.co/read/1618978/tumbuh-23-persen-transaksi-e-commerce-ri-kuartal-i-2022-rp-10854-t>
- Wardhana, A., Budiastuti, E., Gultom, N. B., Sudirman, A., Julyanthry, Saputra, G. G., . . . Amruddin. (2021). *Perilaku Konsumen (Teori dan Implementasi)*. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Wardhana, A., Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., . . . Ulfah, M. (2022). *Brand Marketing: The Art Of Branding*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Wijaya, A., Wardhana, A., Jamaludin, Khurodi, A. N., Tarecha, R. I., Fauziah, . . . Harto, B. (2022). *The Art Of Digital Marketing: Strategi Pemasaran Generasi Milenial*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Wijaya, C., & Kempa, S. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian Produk Fashion di Lazada. *Jurnal Program Manajemen, Vol.6 nO.2*.
- Yuliawan, E., Siagian, H., & Willis, L. (2018). Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Zalora Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, Vol. 12, No. 1*.