

DAFTAR PUSTAKA

- [1] J. Ahmad, “Desain Penelitian Analisis Isi (Content Analysis),” *ResearchGate*, no. June, pp. 1–20, 2018, doi: 10.13140/RG.2.2.12201.08804.
- [2] Y. Septiani, E. Aribbe, and R. Diansyah, “Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Universitas Abdurrab Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Sevqual (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Abdurrab Pekanbaru),” *J. Teknol. Dan Open Source*, vol. 3, no. 1, pp. 131–143, 2020, doi: 10.36378/jtos.v3i1.560.
- [3] Istiqomah, Z. Hidayat, and A. Jariah, “Analisis Pengaruh Kepercayaan , Iklan dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian di situs Shopee di Kota Lumajang,” *J. Prog. Conf.*, vol. 2, no. July, pp. 557–563, 2019.
- [4] S. F. Nurjanah, R. R. Kurniati, and D. Zunaida, “Pengaruh E-commerce terhadap Keputusan Pembelian pada Belanja Online Shopee (Studi pada Konsumen Belanja Online Mahasiswa Universitas Islam Malang),” *J. Ilmu Adm. Niaga/Bisnis*, vol. 8, no. 3, pp. 154–162, 2019, [Online]. Available: <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jiagabi/article/view/3572>.
- [5] S. Roykhanah, “Pengaruh Tagline Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Uin Sunan Ampel Surabaya,” *Adv. Opt. Mater.*, vol. 10, no. 1, pp. 1–9, 2018, [Online]. Available: <https://doi.org/10.1103/PhysRevB.101.089902%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j>.

nantod.2015.04.009%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41467-018-05514-9%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41467-019-13856-1%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41467-020-14365-2%0Ahttp://dx.doi.org/1.

- [6] A. C. Gunawan and F. Susanti, “Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang.”
- [7] D. A. Harahap, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak Usu (Pajus) Medan,” *Keuang. dan bisnis*, vol. 7, no. 3, 2015.
- [8] L. Anthony and H. Sama, “Studi Kualitatif Mengenai Faktor Penerimaan Aplikasi E-Commerce Shopee Dan Fintech Shopeepay Bagi Masyarakat Senior,” *J. Conf. Manag. Business, Innov. Educ. Soc. Sci.*, vol. 1, no. 1, pp. 678–686, 2021.
- [9] S. L. Nasution and D. A. Limbonong, Christine Herawati Ramadhan, “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan Kemudahan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee,” *J. Ecobisma*, pp. 43–53, 2020.
- [10] S. Simbolon, “Aplikasi Theory Of Reasoned Action Untuk Memprediksi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Sepeda Motor Yamaha Vixion (Studi Kasus : Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi It&B Medan,” pp. 14–27,

1991.

- [11] Mahyarni, “Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku,” *J. El-Riyasah*, vol. 4, no. 1, pp. 13–23, 2013.
- [12] N. Ramdhani, “Penyusunan Alat Pengukur Berbasis Theory of Planned Behavior,” *Bul. Psikol.*, vol. 19, no. 2, pp. 55–69, 2016, doi: 10.22146/bpsi.11557.
- [13] S. Zein, L. Yasyifa, R. Khozi, E. Harahap, F. Badruzzaman, and D. Darmawan, “Pengolahan dan Analisis Data Kuantitatif Menggunakan Aplikasi SPSS,” *J. Teknol. Pendidik. dan Pembelajaran*, vol. 4, no. 1, pp. 1–7, 2019.
- [14] C. Christalisana, “Pengaruh Pengalaman Dan Karakter Sumber Daya Manusia Konsultan Manajemen Konstruksi Terhadap Kualitas Pekerjaan Pada Proyek Di Kabupaten Pandeglang,” *J. Fondasi*, vol. 7, no. 1, pp. 87–98, 2018, doi: 10.36055/jft.v7i1.3305.
- [15] B. Oscar and D. Sumirah, “Pengaruh Grooming Pada Customer Relations Coordinator (CRC) Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Astra international TBK Toyota Sales Operation (Auto2000) Pasteur,” *J. Bisnis dan Pemasar.*, vol. 9, no. 1, pp. 1–11, 2019.
- [16] F. Yusup, “Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif,” *J. Tarb. J. Ilm. Kependidikan*, vol. 7, no. 1, pp. 17–23, 2018, doi:

10.18592/tarbiyah.v7i1.2100.

- [17] Suliyanto, “Uji Asumsi Klasik Normalitas,” *Ekon. Terap. Teor. Apl. dengan SPSS*, vol. 1, p. 69, 2011.
- [18] Setiawati, “Analisis Pengaruh Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Di BEI,” *J. Inov. Penelit.*, vol. 1, no. 8, pp. 1581–1590, 2021.
- [19] I. M. Naratama and I Nyoman Nurcaya, “Aplikasi Theory Of Reasoned Action (Tra) Dalam Menjelaskan Niat Beli Produk Hijau Di Kota Denpasar,” *Encycl. Heal. Commun.*, vol. 5, no. 3, pp. 1770–1799, 2014, doi: 10.4135/9781483346427.n552.
- [20] H. Agung, M. Christian, and J. Loisa, “Perilaku Pengguna Shopee Terhadap Pembelian Multiproduk dengan Pendekatan Theory of Reasoned Action,” *Go-Integratif J. Tek. Sist. dan Ind.*, vol. 1, no. 01, pp. 11–23, 2020, doi: 10.35261/gijtsi.v1i01.4005.
- [21] D. C. Manu, “Niat Dan Aktivitas Belanja Online: Pengujian Terhadap Kualitas Situs Web Dan Kepercayaan,” *Manag.*, vol. 2, no. 1, pp. 1–28, 2016.
- [22] A. Tanthowi, “Implementasi Sistem Informasi Pembayaran Berbasis Sms Gateway (Studi Kasus : Smk Negeri 1 Bandar Lampung),” *J. Inform. dan Rekayasa Perangkat Lunak*, vol. 2, no. 2, pp. 188–195, 2021, [Online].

Available: <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/informatika>.

- [23] A. Nuryana, P. Pawito, and P. Utari, “Pengantar Metode Penelitian Kepada Suatu Pengertian Yang Mendalam Mengenai Konsep Fenomenologi,” *Ensains J.*, vol. 2, no. 1, p. 19, 2019, doi: 10.31848/ensains.v2i1.148.
- [24] A. Pramoto, “Analisis Pengaruh Partipasi Dan Kepuasan Pemakaian Terhadap Kinerja Dalam Pengembangan Sistem Informasi Berbasis WED Di P3M Poliban,” *positif*, vol. 3, no. 2, pp. 63–73, 2017.
- [25] T. N. Padilah and R. I. Adam, “Analisis Regresi Linier Berganda Dalam Estimasi Produktivitas Tanaman Padi Di Kabupaten Karawang,” *FIBONACCI J. Pendidik. Mat. dan Mat.*, vol. 5, no. 2, p. 117, 2019, doi: 10.24853/fbc.5.2.117-128.
- [26] F. Prihapsara and R. Velayanti, “The Influence of Attitude and Subjective Norm Towards The Purchase Intention as Potential Consumer of Mouthwash Product,” *JPSCR J. Pharm. Sci. Clin. Res.*, vol. 2, no. 01, p. 06, 2017, doi: 10.20961/jpscr.v2i01.5232.
- [27] A. I. Adi Pramoto, “Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif Berbasis WEB Menggunakan Metode Hannafin Dan Peck,” *POSITIF*, no. 1, pp. 14–28, 2015.
- [28] Hastono, “Jurnal Ekonomipengaruh Citra Merek Kosmetik Maybelline

Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Carrefour Cabang Tangerang City,” *J. Ekon. Ef.*, vol. 1, no. 2, pp. 1–9, 2019.

- [29] S. Maharani and M. Bernard, “Analisis Hubungan Resiliensi Matematik Terhadap Kemampuan Pemecahan Masalah Siswa Pada Materi Lingkaran,” *JPMI (Jurnal Pembelajaran Mat. Inov.*, vol. 1, no. 5, p. 819, 2018, doi: 10.22460/jpmi.v1i5.p819-826.
- [30] I. R. Dewi, S. R. Handayani, and N. F. Nuzula, “Pengaruh Struktur Modal terhadap nilai perusahaan (studi pada sektor pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2009-2012,” *J. Adm. Bisnis*, vol. 17, no. 1, pp. 1–9, 2014, [Online]. Available: Struktur Modal, Nilai Perusahaan, Tobin’s Q%0APENDAHULUAN.
- [31] A. R. L. Francisco, “Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kreativitas Iklan dan Islamic Branding Terhadap Minat Beli Online di Shopee (Studi Kasus Generasi Milenial di Jawa Tengah),” *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2013.
- [32] N. Mohamed, H. Hussin, and R. Hussein, “Measuring users’ satisfaction with Malaysia’s electronic government systems,” *Electron. J. e-Government*, vol. 7, no. 3, pp. 283–294, 2009, [Online]. Available: <http://irep.iium.edu.my/552/>.
- [33] H. Shim *et al.*, “Pengukuran Kepuasan Pengguna Sistem Menggunakan Model End User Computing Satisfaction Yang Diperlua,” *Adv. Opt. Mater.*, vol. 10,

no. 1, pp. 1–9, 2018.

- [34] M. R. Juliansyah, “engaruh Image Product Terhadap Loyalitas Pengguna E-Commerce Di Indonesia Dengan Menggunakan Model Expectation Confirmation Theory (Ect) Dan Theory Reasoned Action (TRA),” 2018.
- [35] N. Jenggawah, S. Pada, K. Berpikir, K. Dan, and M. Belajar, “Digital Digital Repository Repository Universitas Universitas Jember Jember Digital Jember Digital Repository Repository Universitas Universitas Jember,” pp. 68–74, 2010.
- [36] B. A. B. Iv, G. U. Perusahaan, and P. Singkat, “<https://careers.shopee.co.id/about/>. Diakses pada 1 November 2020. 40,” no. November 2020, pp. 40–62, 2019.
- [37] J. Saputra, “Pengaruh Kualitas Produk Loyalitas Pelanggan Pada Produk Makanan Tela Kre ...,” vol. 1, no. 2, 2011, [Online]. Available: <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jsq/article/view/4441>.
- [38] En. Lolang, “) yaitu hipotesis yang akan diuji. Biasanya, hipotesis ini merupakan pernyataan yang menunjukkan bahwa suatu parameter populasi memiliki nilai tertentu.” *J. Kip*, vol. 3, no. 3, pp. 685–696, 2014.
- [39] M. Eucs and D. A. N. Ipa, “Analisis kepuasan pengguna aplikasi bibit reksadana menggunakan metode eucs dan ipa.”

[40] Faisal Hardiansyah, "Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pmebleian Pada Restoran Singapore Di Kota Makassar," *Anal. Biochem.*, vol. 11, no. 1, pp. 1–5, 2018, [Online]. Available: <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-59379-1>
<http://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-420070-8.00002-7>
<http://dx.doi.org/10.1016/j.ab.2015.03.024>
<https://doi.org/10.1080/07352689.2018.1441103>
<http://www.chile.bmw-motorrad.cl/sync/showroom/lam/es/bike/urb>.