

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. I. M. Place, “Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya,” Vol. 1, No. 1, Pp. 106–117, 2022.
- [2] C. Oktavia, B. Warsito, V. Gunawan, And S. Kadarrisman, “Implementasi Metode Sempls , Csi , Dan Cli Untuk Pengukuran Loyalitas Pelanggan Shopee Menggunakan R Shiny,” Vol. 12, No. 3, Pp. 603–612, 2023.
- [3] M. F. Raharjo And M. E. Yuliana, “Teknologi Informasi Sebagai Sarana Komunikasi Penjual Kepada Pembeli Di Platform *E-commerce*,” *J. Ekon. Teknol. Dan Bisnis*, Vol. 1, No. 3, Pp. 131–134, 2022.
- [4] D. Gusnita And Y. Del, “Pengaruh Daya Tarik *E-commerce* Lazada , Promosi Penjualan Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Gen Z (Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dharma Andalas),” Vol. 01, No. 03, Pp. 759–765, 2025.
- [5] T. Effect *Et Al.*, “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan E-Wom Terhadap Kepercayaan,” Vol. 8, No. 2, Pp. 515–523, 2022.
- [6] A. Yoga, D. Abror, And M. Sulton, “Pengaruh E-Wom Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Instagram Persela Store”.
- [7] I. Artikel, “Klasifikasi Konsumen Berdasarkan Loyalitas Belanja *Online* Menggunakan Algoritma *Random Forest*,” Vol. 25, Pp. 81–86, 2025.
- [8] R. S. Mardiah, “A Comparative Study Of *Machine learning* Models For Fashion Product Demand Prediction : Exploring Algorithms , Data Splitting , And Feature Engineering,” Vol. 8, No. 1, Pp. 141–150, 2025, Doi: 10.15408/Aism.V8i1.45600.
- [9] E. Purwanto, B. Prajadi, C. Utomo, H. Permatasari, And F. Mohd, “Comparative Analysis Of Classification Models For Sales Prediction In E- Commerce : *Decision Tree* , *Random Forest* , Svm , Naive Bayes , And Knn,” Vol. 6, No. 6, Pp. 5899–5915, 2026.
- [10] Y. Chen, H. Liu, Z. Wen, And W. Lin, “How Explainable *Machine learning* Enhances Intelligence In Explaining Consumer Purchase Behavior : A *Random Forest* Model With Anchoring Effects,” 2023.

- [11] A. Purnama, A. M. Yusup, A. Wibowo, And D. Susilawati, “Uji Algoritma *Random Forest* Pada Dataset *Online Shoppers Purchasing Intention*,” Vol. 5, No. 1, Pp. 101–108, 2018.
- [12] Alam Rahman And Muhammad, “Perancangan Sistem Informasi Berbasis *Web* Pada Mts Mahdaliyah Jambi,” Vol. 11, No. 2, Pp. 70–76, 2021, [Online]. Available: [Http://Repository.Unama.Ac.Id/Id/Eprint/2147](http://Repository.Unama.Ac.Id/Id/Eprint/2147)
- [13] S. Sandfreni, M. B. Ulum, And A. H. Azizah, “Analisis Perancangan Sistem Informasi Pusat Studi Pada Fakultas Ilmu Komputer Universitas Esa Unggul,” *Sebatik*, Vol. 25, No. 2, Pp. 345–356, 2021, Doi: 10.46984/Sebatik.V25i2.1587.
- [14] A. Ramadhan, K. Monitoring, And S. Material, “Rancang Bangun Sistem Monitoring Anggaran Keuangan Berbasis *Web* Pada Biro Hukum Dan Kerja Sama Luar Negeri,” Vol. 2, No. 1, Pp. 5–10, 2019.
- [15] F. Agustika, S. Siregar, And D. Obara, “Jurnal Bisnis Kolega (Jbk),” Vol. 9, No. 1, Pp. 24–33, 2023.
- [16] J. M. Polgan, M. M. Sulaeman, U. I. Lamongan, And T. Fit, “Peran Strategi Integratif Optimalisasi Sistem Informasi Bisnis Berbasis Teknologi Digital Untuk Meningkatkan Produktivitas Karyawan Melalui Pendekatan Manajemen Personalia Berkelanjutan,” Vol. 14, Pp. 553–562, 2025.
- [17] C. Satria And M. Purnomo, “Kajian Dan Implikasi Tren Bisnis Digital Umkm,” Vol. 11, Pp. 1–24, 2025.
- [18] A. Pratama, C. I. Erliana, D. Irwansyah, And S. Fachrurrazi, “Pengembangan Aplikasi Bank Soal Berbasis Tpack Dalam Melihat Kemampuan Tes Gaya Belajar,” Vol. 4, No. 1, Pp. 117–124, 2025.
- [19] E. R. Yulindasari And K. Fikriyah, “Pengaruh E-Wom (*Electronic Word of Mouth*) Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Di Shopee,” *J. Islam. Econ. Financ. Stud.*, Vol. 3, No. 1, Pp. 55–69, 2022.
- [20] M. Hasim And R. B. Lestari, “Pengaruh Potongan Harga , Motivasi Belanja Hedonis , E-Wom Dan,” Vol. 12, No. 1, Pp. 59–69, 2023.
- [21] M. Alghizzawi, “A Survey Of The Role Of Social Media Platforms In Viral Marketing : The Influence Of EWOM,” Vol. 3, Pp. 54–60, 2019.
- [22] A. Liyono, “Pengaruh Brand Image , *Electronic Word of Mouth* (E- Wom) Dan

- Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Galon Crystalline Pada Pt . Pancaran Kasih Abadi,” Vol. 3, No. 1, Pp. 73–91, 2022.
- [23] M. Purba, A. P. Nasution, And A. Harahap, “Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderasi,” Vol. 7, No. April, Pp. 1091–1107, 2023.
- [24] P. E-Wom, K. Konsumen, D. A. N. Brand, And I. Gulo, “Pengaruh E-Wom, Kepercayaan Konsumen Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms Glow Di Kota Batam,” Pp. 41–49, 2022.
- [25] N. Yurindera, “Mediasi Kepercayaan Konsumen Pada Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Traveloka,” Vol. 7, No. 2, Pp. 73–77, 2023, Doi: 10.55886/Infokom.V7i2.751.
- [26] P. M. Putri And K. Kunci, “Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian *Online*,” Vol. 5, No. 1, Pp. 25–36, 2022.
- [27] E. M. Toji, I. Sukati, And U. P. Batam, “Economics And Digital Business Review Pengaruh *Online* Customer Review , Brand Image , Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Skintific Di Tiktok Shop,” Vol. 5, No. 2, Pp. 675–688, 2024.
- [28] D. A. N. Delone, “Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Dana Menggunakan Metode End *User* Computing Satisfaction (Eucs),” Vol. 4307, No. August, Pp. 3889–3896, 2025.
- [29] M. Basuni, R. Setiadi, G. Fitralisma, And S. Ikhwan, “Analisis Pengaruh Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian *Online* Masyarakat Kabupaten Brebes Pada *E-commerce* Shoppe Analysis Of The Influence Of Consumer Behavior In *Online* Purchase Decision Making In Brebes Regency Community On *E-commerce* Shoppe,” Vol. 16, No. 2, Pp. 10–18, 2023.
- [30] H. F. Nasution, “Pembelian Produk Pakaian Secara *Online* (Studi Kasus Mahasiswa Belanja *Online* Pada Febi Iain Padangsidimpuan),” Vol. 4, Pp. 26–39, 2018.
- [31] D. H. Perdiyanti And D. P. Faeni, “Analisis Pengaruh Work From Home , Digital Platform Dan Aplikasi Rapat *Online* Terhadap Produktivitas Kerja Pada Pt .

- Telkom Akses Di Jakarta Barat (Analyzing The Effect Of Work From Home , Digital Platform And *Online* Meeting Applications On Work Productivity At Pt . Telkom Access In West Jakarta),” Vol. 1, No. 1, Pp. 9–16, 2021.
- [32] P. Ekonomi, I. P. K. K. Pelaku, W. Waziana, R. H. Saputra, N. Y. Sari, And D. Aulia, “Pemanfaatan *E-commerce* Shopee Sebagai Upaya,” Vol. 1, No. 2, Pp. 1–6, 2022.
- [33] U. Bina And S. Informatika, “Dampak Pandemi Covid-19 Pada Penjualan *E-commerce* Di Media Sosial,” Vol. 20, No. 1, Pp. 41–50.
- [34] W. Ode *Et Al.*, “Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen Hubungan Celebrity Endorsement Terhadap Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen,” Vol. 5, Pp. 1–13, 2021.
- [35] S. R. I. Mulyana, “Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara *Online* Pada Shopee Di Pekanbaru,” No. 42.
- [36] A. Wulandari, “Analisis Manajemen Pemasaran Pada Aplikasi Shopee Dan Tokopedia,” Vol. 3, 2021.
- [37] S. A. Rokhimah *Et Al.*, “Pengamatan Sistem Informasi Perusahaan *E-commerce* Lazada Indonesia,” *Smart Techno (Smart Technol. Informatics Technopreneurship)*, Vol. 4, No. 2, Pp. 71–78, 2022.
- [38] P. Tirta *Et Al.*, “Analisis Sistem Pendeteksi Penipuan Transaksi Kartu Kredit Dengan Algoritma *Machine learning* Program Studi Akuntansi , Universitas Mohammad Husni Thamrin Program Studi Teknik Informatika , Universitas Mohammad Husni Thamrin,” Vol. 8, No. 2, Pp. 386–401, 2022.
- [39] A. Frananda, A. Naibaho, And A. Zahra, “Prediksi Kelulusan Siswa Sekolah Menengah Pertama Menggunakan *Machine learning*,” Vol. 11, No. 3, 2023.
- [40] I. S. Aisah, B. Irawan, And T. Suprpti, “Algoritma *Support Vector Machine* (Svm) Untuk Analisis Sentimen Ulasan Aplikasi Al Qur ’ An Digital,” Vol. 7, No. 6, Pp. 3759–3765, 2023.
- [41] P. S. Teknik, F. Teknologi, N. Putu, D. Tirta, P. S. Teknik, And F. Teknologi, “Sistem Klasifikasi Pengajuan Kredit Dengan Metode *Support Vector Machine* (Svm),” Vol. 06, No. 02, Pp. 123–133, 2023.
- [42] D. Science *Et Al.*, “Estimasi Keberhasilan Siswa Dalam Pemodelan Data Berbasis

- Learning Menggunakan Algoritma *Support Vector Machine*,” Vol. 1, No. 2, Pp. 81–88, 2022.
- [43] K. Kunci And R. Forest, “Indonesian Journal Of Computer Science,” Vol. 12, No. 1, Pp. 2152–2160, 2023.
- [44] E. A. Winanto *Et Al.*, “Enhancement Attack Detection Using Pca And *Random Forest*,” Vol. 11, No. 2, Pp. 285–290, 2024, Doi: 10.25126/Jtiik.20241127678.
- [45] P. Potensi And D. K. I. Jakarta, “Sci-Tech Journal,” Vol. 5, Pp. 62–73, 2026.
- [46] J. S. Komputer, “Implementasi Naïve Bayes Classifier Dan *Confusion Matrix* Pada Analisis Sentimen Berbasis Teks Pada Twitter,” Vol. 5, No. September, Pp. 697–711, 2021.
- [47] R. R. Adhitya, W. Witanti, R. Yuniarti, U. Jenderal, And A. Yani, “Perbandingan Metode Cart Dan Naïve Bayes Untuk Klasifikasi,” Vol. 9, No. 2, Pp. 307–318, 2023.
- [48] N. Anisah And R. Puspasari, “Sistem Informasi Kuesioner Materi Pembelajaran Smp Swasta Generasi Bangsa Martubung Menggunakan Skala Likert,” Vol. 2, No. 2, Pp. 604–617, 2024.
- [49] N. M. Surbakti, A. Talia, And C. B. Perangin-Angin, “Penggunaan Bahasa Pemrograman Python Dalam Pembelajaran Kalkulus Fungsi Dua Variabel,” Vol. 2, No. 3, Pp. 98–107, 2024.
- [50] J. Ilmiah And I. Komputa, “Menggunakan Pendekatan Terstruktur Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika (Komputa),” Vol. 9, No. 1, 2020.
- [51] A. Ridhoni And I. Halid, “Landasan Dan Mengungkap Kebaruan Penelitian”.