

## DAFTAR REFERENSI

- Aditya, Ricky t& Aditya Wardhana. (2016). “Pengaruh *Perceived Usefulness*, dan *Perceived Ease of Use Terhadap Behavioral Intention dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) pada Pengguna Instant Messanging Line di Indonesia*” *Jurnal Siasat Bisnis*. Volume 20 Hlm. 24-32.
- Adnan, 2018. *Marketing Mix Di Era Digital*, Lhokseumawe: Penerbit Seva Bumi Persada.
- APJII. (2024). Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 221 Juta Orang. Apjii.or.Id. <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- AR, K. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus PadaPerusahaan JNE Cabang Lhokseumwe). *JURNAL VISIONER & STRATEGIS*, 1-5.
- Arum, D., & Khoirunnisa, R. N. (2021). *Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Psikologi Pengguna E-Commerce Shopee*. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 8, 92–102.
- Edyansyah, T. (2019). *Analisis Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pelanggan Menggunkan Produk Im3 Dikalangan Masyarakat Kota Lhokseumawe*.
- Fauzi, A. A., Harto, B., Mulyanto, Dulame, I. M., & Pramudhita, P. (2023). *Pemanfaatan Teknologi Informasi Di Berbagai Sektor Pada Masa Society 5.0 (Sepriano (ed.); Pertama, Issue January)*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, Jambi.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 edisi ke-9 (9th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Geubriana, Chika, Syarifah. 2017. *Pengaruh kualitas produk, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan oprator seluler tri pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas malikussaleh lhokseumawe. Skripsi tidak di publis*
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press, Surabaya.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principle of Marketing*. Pearson, United States.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2017). *E-Commerce 2017*. Pearson, UK. Lupiyoadi, & Hamdani. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat, Jakarta.
- Nurainun. (2021). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Keamanan Pengguna Media Sosial Whatsapp Terhadap Minat Beli Konsumen PadaMahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Malikussaleh Di-Lhokseumawe. *JURNAL VISIONER & STRATEGIS*, 41-47.
- Oktavianus, L., & Megawati. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan Dan Customer Value Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Springbed Procella di Palembang*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11(2), 388–396
- Prasetyo, B., & Fazariyawan, E. (2020). *Analisa Faktor – Faktor E-Commerce dalam membentuk Customer Satisfaction Millenial Bukalapak*. Riset &

JURNALAKUNTANSI,4(1),311–321.

<http://polgan.ac.id/owner/index.php/owner/article/view/17>

- Purwiyanti, Deviana Wahyu, Herry Laksito “*Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan dan Kepuasan Penggunaan E-Filing Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Study Pada Kpp Pratama Candisari Semarang)*” Volume 9, Nomor 2, Tahun 2020, Halaman 1-92 <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting> ISSN (Online). 2337-3806.
- Rafiah, K. K. (2019). *Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Berbelanja melalui Ecommerce di Indonesia*. Al Tijarah, 5(1), 46–56. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v5i1.3621>
- Rerung, R. R. (2018). *E-Commerce, Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi (1st ed.)*. Deepublish, Yogyakarta.
- Romindo, D. (2019). *E-commerce Implementasi, strategi, inovasi*. Yayasan kita menulis.
- Sari, R. S., & Marlius, D. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Rocklaw di Surabaya*. 7, 255– 259.
- Sekaran, U. (2017). *Metode penelitian untuk bisnis (R. Bougie (ed.); 6th ed.)*. Salemba Empat, Jakarta.
- Sigit. (2020). *Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce Bukalapak (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Informatika Angkatan 2020 Universitas Mahakarya Asia PSDKU Baturaja)*. Journal Management, Business, and Accounting, 20 no 1.
- Siagian, Cahyono. (2014). *Analisis Website Quality, Trust dan Loyalty Pelanggan Online Shop*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 8, N0. 2, Oktober 2014.
- Subhani. (2024). *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi Terhadap Minat Beli Produk Pakaian*. *Jurnal Hukum, Sosial & Humaniora*, 1-12.
- Sudaryono, Rahwanto, E., & Komala, R. (2020). *E-Commerce Dorong Perekonomian Indonesia, Selama Pandemi Covid 19 Sebagai Entrepreneur Modern Dan Pengaruhnya Terhadap Bisnis Offline*. *JURNAL MANAJEMEN 114 Program Studi Manajemen DAN BISNIS (JUMANIS) PRODI KEWIRAUSAHAAN*, 02(02), 111–124. <https://doi.org/10.47080>
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. ALFABETA, Bandung.
- Sujarweni, V. W. (2020). *STRUKTURAL EQUATION MODELING (SEM) DENGAN LISREL*. Pustaka Baru Press, Yogyakarta.
- Sunyoto, D. (2020). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran: Konsep, Strategi, Kasus (1st ed.)*. Center of Academic Publishing Service, Jakarta.

Edyansyah, T. (2023). THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRICE AND DESIGN ON CUSTOMER SATISFACTION AT PETRO DOLLAR CAFE IN LHOKSEUMAWE CITY. *Journal of Accounting Research, Utility Finance and Digital Assets*, 1-9.

Tjiptono, F. (2018). *Pemasaran Strategik* (Cetakan 3). Andi Offset, Yogyakarta.

Widhiana, Asterina dan idris. 2018. *Pengaruh promosi, kemudahan penggunaan, kkepercayaan konsumen dan kualitas informasi terhadap minat beli disitus bukalapak (pada mahasiswa universitas di penegoro)*. Vol.7 No.2