

## DAFTAR LITERATUR

- Astuti, N. T. (2022). Pengaruh Persepsi Keadilan Terhadap Kepuasan, Rekomendasi Dari Mulut Ke Mulut Dan Niat Menggunakan Kembali. 117-202.
- Ayu, S., & Lahmi, A. (2020). Peran E-Commerce Terhadap Perekonomian Indonesi Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, Vol. 9 (2), 114-123.
- Arif, E. A., & Wibowo, F. W. (2020). Implementasi Algoritma Apriori Untuk Rekomendasi Produk Pada Toko Online. *Citec Jurnal*, Vol. 7, No.1, 2354-5771.
- Batubara, M., Silalahi, P. R., & Sani, S. A. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk. *Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis Syariah*, Vol. 4, No.5.
- Dewi, K. C. (2015). Analisis Konten Rekomendasi Produk Pada E-Commerce (Studi Kasus Situs Indonesia Kategori Jual Beli Online). *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, Vol.11.
- Harahap, D. A., & Amanah, D. (2018). Perilaku Belanja Online Di Indonesia. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol.9, No.2, 2301-8313
- Handojo, K. J., & Santoso, N. E. (2022). Dampak Atribut Produk, Virality, Dan Rekomendasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 4, No.2, 2684-8317.
- Khoerulloh, A. K., & Hidayah, S. R. (2023). Analisis Konsep Cashback Dalam Transaksi E-Commerce: Perspektif Hukum Ekonomi Islam. *Jurnah hukum Islam*.
- Marpaung, B., & Mekaniwati, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Hrga, Promosi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, Vol. 8, No. 1, 29-38.
- Nisak, M., & Sulistiyo, W. (2022). Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswi Dalam Trend Fashion (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Manajemen Universitas Islam Lamongan. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, Vvolume 4.
- Nurvianti, R., & Hartiningtiyas, L. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Influencer, Dan Affiliate Marketing Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Minat Beli Produk Fashion Mahasiswa. *Jurnal Of Business, Management and Accounting*, Vo.5, No.1.
- Olii, M. R., & Pratiknjo, M. H. (2020). Online Shop Sebagai Aalternatif Berbelanja Masyarakat. Vol. 13, No.4.
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. Vol. 17, No.33.
- Rusli, M., & Rusandi. (2020). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus. 2745-7796.

- Rusandi, & Muhammad, R. (2020). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus. Hal. 2745-7796.
- Susanto, D., & Fadilah, M. (2021). Pengaru Persepsi Keamanan, Kualitas, Informasi dan Kepercayaan Terhadap Pembelian Online (Studi Kasus Pada Konsumen Shopee di Jogjakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol 18, No 2, Hal 89-87.
- Siregar, L. Y., & Nasution, M. I. (2020). Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Peningkatan Bisnis Online. *Jurnal Ilmish Manajemen dan Bisnis*, Vol.2, No.1, 71-75.
- Utamnyu, R. A., & Darmastuti, R. (2022). Budaya Belanja Online Generasi Z Dan Generasi Milenial Di Jawa Tengah. *Jurnal SCRIPTURA*, Vol.12, No.1, 58-71
- Yusuf, M. (2019). Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, & Penelitian Gabungan. *Kencana*, Hal.384.
- Yustiani, R., & Yunanto, R. (2017). Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi. *Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika*, Vol.6, No.2, 2089-903.