

DAFTAR PUSTAKA

- Abrian, B. Y. (2017). *Kompetensi Literasi Informasi Di Kalangan Mahasiswa Strata Satu Universitas Airlangga*. 1, 6.
- Ahdiat, A. (2024). *5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023*.
5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023
- Anggraeni, A. T. A. (2023). *Pengaruh Ulasan Produk, Harga, dan Promosi Terhadap keputusan Pembelian Generasi Z pada Marketplace Shopee di Jember*.
- Aprilia, R. (2019). Pengaruh Literasi Informasi Dan Perilaku Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Kecil (Studi Pada Usaha Kuliner Di Kota Makassar). *Gastrointestinal Endoscopy*, 10(1), 279–288.
- Arbaini, P., Wahab, Z., & Widiyanti, M. (2020). Pengaruh Consumer Online Rating Dan Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace Tokopedia. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7(1), 25–33.
- Aziz, A., & Tiarawati, M. (2021). *Pengaruh Reputasi Penjual, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Second Hand (Studi Pada Pengguna Aplikasi OLX)*. 12(1), 1–14.
- Darmawan, D. (2023). Pengaruh Promosi, Ulasan Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Pemilihan Toko Online. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 6(1), 95–105.
<https://doi.org/10.36441/kewirausahaan.v6i1.1382>

- Dewi, K. H. (2022). Peran Literasi Digital dan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(3), 499–504.
- Himawan, D. (2014). *Pengantar Literasi Informasi, Pelatihan Literasi Informasi di Perpustakaan Institut Pertanian Bogor*. April.
- Ichsan, M., Jumhur, J., & Dharmoputra, S. (2018). Pengaruh Consumer Online Rating and Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia Di Wilayah Dki Jakarta Effect of Consumer Online Rating and Review To Buying. *E-Proceeding of Management*, 5(2), 1828–1835.
- Irmayanti, N. (2019). Literasi Informasi Mahasiswa Uin Ar-Raniry Dengan Menggunakan Model The Seven Pillars. *Uin Ar-Raniry*, 107. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/11307/>
- Kustanti, E., & Muttaqien, I. (2021). Klasifikasi Dan Penyajian Informasi Pada Halaman Berita Website Pustaka. *THE 1st INTERNATIONAL CONFERENCE ON LIBRARY AND INFORMATION SCIENCES 2021*, 21, 1–10.
- Lassefrianti, & Satrianto, A. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Pembelian Produk Lapis Minang Nantigo. *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 7(1), 47–61.
- Lestari, N. K. D., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Social Media Marketing dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 1(1), 137–145.
- Noviandra, C. T. R., & Argo, J. G. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Informasi,

- Kemudahan Penggunaan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 16(2), 675–689.
- Nurul, M., Soewarno, N., & Isnalita. (2019). Pengaruh Jumlah Pengunjung, Ulasan Produk, Reputasi Toko Dan Status Gold Badge pada Penjualan Dalam Tokopedia. *E-Jurnal Akuntansi*, 28(3), 1855–1865.
- Nuryaman. (2014). *Definisi dan Sejarah Perkembangan IL di Indonesia dan Dunia*.
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Rahmawati, R., & Suwarni, E. (2023). Ulasan Produk dan Jumlah Produk Terjual Dampaknya pada Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee. *Jurnal Digital Bisnis, Modal Manusia, Marketing, Entrepreneurship, Finance, & Strategi Bisnis (DImmensi)*, 3(1), 46.
<https://doi.org/10.32897/dimmensi.v3i1.2539>
- Rehatalanit, Y. L. R. (2016). Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis. *Jurnal Teknologi Industri*, 5, 63–69.
- Rodliyah, I. (2021). *Pengantar Dasar Statistika Dilengkapi Analisis Dengan Bantuan Software SPSS*.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147.
<https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Sianipar, N. T. M., & Djamaluddin, S. (2023). Hubungan Literasi Digital dengan

- Keputusan Belanja Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(2), 187–200.
- Subarjo, A. H. (2017). Perkembangan Teknologi Dan Pentingnya Literasi Informasi Untuk Mendukung Ketahanan Nasional. *Angkasa: Jurnal Ilmiah Bidang Teknologi*, 9(2), 1. <https://doi.org/10.28989/angkasa.v9i2.188>
- Sudarmanto, R. G. (n.d.). *Analisis Regresi Linear Berganda Dengan SPSS*.
- Sukoyo, K. S., Yasmin, M. S., & Aliyya, Z. (2019). Persepsi Konsumen Terhadap Electronic Word Of Mouth (E-WOM) yang Dikendalikan Perusahaan dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kuntihapsari. *Pennsylvania: Prentice Hall*.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/24562/24261>
- Sulasari, R., Dastina, W., & Ramayanti, R. (2020). Kemampuan Literasi Informasi Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi Berdasarkan “The Seven Pillars of Information Literacy.” *Nazharat: Jurnal Kebudayaan*, 26(02), 431–456.
- Sulikah, S., Muharsih, L., & Simatupang, M. (2022). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Bimbingan Belajar Online Ruang Guru Di SMAN 1 Banyusari Karawang*. 1(3), 77–86.
- Sunaki, F., Rukiyah, & Christiani, L. (2015). Kebutuhan Dan Perilaku Pencarian Informasi Wisatawan Di Tourist Information Center Pemuda Semarang. *Ilmu Perpustakaan*, 4(2), 2–47.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai

Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67.
<https://doi.org/10.33603/jibm.v5i1.4929>

Triwijaya, D. N. (2019). Tujuan Dan Manfaat Literasi Informasi Dengan Memanfaatkan Media Perpustakaan. *Jurnal Literasi Pustakawan | Nomor 2 Volume 4 – April – Juni 2019*, 4, 1–7.