

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, F. 2024. Dampak Ekonomi Digital Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Benefit: Journal of Bussiness, Economics, and Finance*, 2(1): 27–35.
- Afrizal, Y.H., Yahya, S.D. & Zakiyabarsi, F. 2023. Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, IX(2): 1–24.
- Agustiningrum, D. & Andjarwati, A.L. 2021. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3): 896–906.
- Aiman, A., Handaka, A.A. & Lili, W. 2017. Analisis Preferensi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Membeli Produk Olahan Perikanan Di Kota Tasikmalaya (Studi Kasus Di Pasar Tradisional Cikurubuk, Kec. Mangkubumi). *Jurnal Perikanan dan Kelautan*, 8(1): 146–156. Tersedia di <https://jurnal.unpad.ac.id/jpk/article/view/13902>.
- Akaev, A., Rudskoi, A. & Devezas, T. 2018. Digital economy and the models of income distribution in the society. *SHS Web of Conferences*, 44(18): 00005.
- Albar, K. 2023. Pengaruh Gaya Hidup, Pendapatan, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Ama Griya Hijab Sidayu. *Journal of Islamic Banking and Shariah Economy*, 03(02): 102–126.
- Amelia, A., Damayanti, E., Yasa, P.S., Khaira, I. & Siregar, Z. 2024. Pengaruh Penggunaan E-Payment Terhadap Gen Z Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Neraca Manajemen*, 5(8).
- Amin, A.N. 2021. Dampak Privasi, Keamanan, Kepercayaan, dan Pengalaman terhadap Niat Mahasiswa Akuntansi untuk Bertransaksi di E-Commerce. *AKUNSIKA: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 2: 85–92.
- Antika, A.D. 2021. Pengaruh Harga, Pendapatan, Penilaian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmiah Ekonomika & Sains*, 2(1): 34–44.
- Anugraheni, D.T. & Kusdiartini, V. 2018. Preferensi Konsumen Terhadap Media Sosial dalam Mencari dan Membeli Produk secara Online. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 21(2): 8–17. Tersedia di https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=z k9e-Z0AAAAJ&citation_for_view=z k9e-Z0AAAAJ:d1gkVwhDpl0C.
- Asih, E.M. 2024. Analisis pada Shopee sebagai E-Commerce Terpopuler di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 2: 73–79. Tersedia di <https://ejournal.mediaantartika.id/index.php/jeba/article/view/299>.
- Asikin, K. & Aditiarno, R. 2023. Pengaruh Pembayaran Menggunakan E-Wallet

- Terhadap Pembelian di Shopee. *JEBS*, 2(2): 33–39.
- Aulia, N.S. & Marsasi, E.G. 2024. The Role of Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , and Task Technology Fit to Increase Perceived Impact on Learning. *SENTRALISASI*, 13(1): 163–181.
- Balaka, M.Y. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pertama ed. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- BI 2020. *Elektronifikasi*. Tersedia di <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/elektronifikasi/default.aspx> [Accessed 19 Februari 2025].
- BPS 2021. *Perguruan Tinggi, Jumlah Mahasiswa dan Tenaga Pendidik (Negeri dan Swasta) di Bawah Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi di Kabupaten Banyumas, 2019/2020 dan 2020/2021*. Tersedia di <https://banyumaskab.bps.go.id/id/statistics-table/1/Mzg0IzE=/perguruan-tinggi-jumlah-mahasiswa-dan-tenaga-pendidik-negeri-dan-swasta-di-bawah-kementerian-ri-set-teknologi-dan-pendidikan-tinggi-di-kabupaten-banyumas-2019-2020-dan-2020-2021.html> [Accessed 26 April 2025].
- BPS 2024. *Jumlah Perguruan Tinggi di Bawah Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Menurut Provinsi, 2024*. Tersedia di <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/3/Y21kVGRHNXZVMEI3S3pCRllyMHJRbnB1WkVZemR6MDkjMw==/jumlah-perguruan-tinggi-sup-1--sup---dosen--dan-mahasiswa-negeri-dan-swasta--di-bawah-kementerian-ri-set--teknologi-dan-pendidikan-tinggi-kementerian-pendidikan-dan-kebudayaan-menurut-provinsi--2023.html?year=2024>.
- BPS 2025. *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin, 2025*. Tersedia di <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/3/WVc0MGEyMXBkVFUxY25KeE9HdDZkbTQzWkVkb1p6MDkjMyMwMDAw/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-ribu-jiwa-.html?year=2025> [Accessed 24 Juli 2025].
- BPS Kabupaten Gorontalo 2025. *Memahami Generasi Z: Tantangan, Perilaku, dan Peluang*. Tersedia di <https://gorontalokab.bps.go.id/id/news/2025/02/05/30/memahami-generasi-z--tantangan--perilaku--dan-peluang.html> [Accessed 24 Juli 2025].
- Cahyo Prabowo, E. & Afrianto, I. 2017. Penerapan Digital Signifikannature Dan Kriptografi Pada Otentikasi Sertifikat Tanah Digital - Teknik Informatika Universitas Komputer Indonesia. *Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika (KOMPUTA)*, 6(2).
- Dani, R., Firayanti, Y. & Wulansari, F. 2024. Analisis Penggunaan E-Commerce Shopee terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Kunjungan E-commerce Di Indonesia. *Jurnal Sains Ekonomi dan Edukasi*, 1(8): 561–580.

- Darmansah, A. & Yosepha, S.Y. 2020. Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(1): 15–30.
- Davis, F.D. 2015. Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , and User Acceptance of Information Technology. *Management Information Systems Research Center*, 13(3).
- Delly, Intan, Daisy, Virginia, Mentari, Fani, Ayundha, Devinta, Maria, Ahmadi, Ahmi, Dominikus, Ramadhani & Johnny 2022. *Hadapi Pandemi Dengan Semangat Brikolase Kewirausahaan*. Guepedia.com. Tersedia di https://books.google.co.id/books?id=CmJzEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false.
- Dewa, A. Iesmana & Rahmasari, L. 2023. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Semarang: Pustaka STIMART AMNI.
- Dewi, N.L.P.S.A., Martadewi, N.P.R., Mangamis, A.K., Stefany & Susanto, P.C. 2021. Respon dan Pengalaman Konsumen Berpartisipasi pada Mega Sale Tanggal Kembar: Studi Kasus pada E-Commerce Shopee 9.9 Super Shopping Day. *Prosiding SINTESA*, 4: 305–312. Tersedia di <https://www.researchgate.net/publication/359193229>.
- Dolot, A. 2018. The Characteristics of Generation Z. *E-Mentor*, 2(74): 44–50. Tersedia di <https://www.e-mentor.edu.pl/artikul/index/numer/74/id/1351>.
- Edy, I.T., Mauladi, K.F. & Efendi, Y. 2020. Analisis Faktor Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Barang Elektronik Pada Ud. Dewi Sri Elektronik Lamongan. *Media Mahardhika*, 19(1): 124–129.
- Eka Putri, N. & Ambardi, A. 2023. Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme Dan Promo Tanggal Kembar Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pengguna Shopee Di Tangerang Selatan). *Jurnal Bintang Manajemen (JUBIMA)*, 1(3): 282–294. Tersedia di <https://doi.org/10.55606/jubima.v1i3.1932>.
- Elizabeth, Rahayu, B., Utiahman, N., Pradipta, A.P. & Butarbutar, D.J.A. 2025. Investigasi Dampak Harga dan Variety Seeking pada Keputusan Pembelian Online. *Jurnal EMT KITA*, 9(2): 634–639.
- Erininda, W., Stiawan, D. & Aryani, A.T.D. 2023. Dinamika Perilaku Konsumen pada Era Cashless Society: Kajian Literatur Tentang Preferensi Pembayaran. *Jurnal Sahmiyya*, 2: 385–392.
- Ermansyah 2024. The Influence E-Commerce Shopee Strategic Online Purchasing Decision Generation Z in Panam Pekanbaru. *International Journal of Economics, Business and Accounting*, 2(1): 94–101.
- Erwin, E., Subagja, A.D., Masliardi, A., Hansopaheluwakan, S., Kurniawan, S.D., Darmanto, E.B. & Muksin, N.N. 2023. *Bisnis Digital: Strategi dan Teknik Pemasaran Terkini*. PT. Green Pustaka Indonesia., Tersedia di <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=3gDSEAAAQBAJ&oi=fnd>

&pg=PA2&dq=ancaman+nyata+di+era+digital+serangan+siber+dan+dampaknya+pada+integritas+sistem+informasi&ots=skBNw7WT7r&signifikan=GvkUctLvkiExHElqm9ZECwgNatQ.

- Fatimah, H.N. & Nurtantiono, A. 2022. The Influence of Brand Image, Promotion, Price, and Service Quality on Purchase Decisions (Shopee Application Users). *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(1): 106–133.
- Fatmawati, E. 2015. Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Sistem Informasi Perpustakaan. *Iqra': Jurnal Perpustakaan dan Informasi*, 9(1): 1–13. Tersedia di <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/iqra/article/view/66>.
- Firmansyah, M.A. 2018. *Perilaku Konsumen*. Pertama ed. Deepublish. Yogyakarta: Deepublish. Tersedia di https://www.academia.edu/37610166/PERILAKU_KONSUMEN_PERILAKU_KONSUMEN_MAKALAH_PERILAKU_KONSUMEN.
- Fitri, N., Kamilah, K. & Rahma, T.I.F. 2022. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen Depot Air Minum Semuril Marelán. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 1(3): 151–162.
- Fitriyah, F. 2016. Pengaruh Pendapatan, Dana Talangan Haji Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Mendaftar Haji. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 1(1): 58–67. Tersedia di <http://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/manajemen/article/download/305/287>.
- Ghozali, I. & Ratmono, D. 2015. *Analisis Multivariat dan Ekonometrika Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan E-Views 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goodstats 2025. *Jumlah Kunjungan ke Situs E-Commerce Indonesia Melemah*. Goodstats. Tersedia di <https://goodstats.id/article/jumlah-kunjungan-ke-situs-e-commerce-indonesia-melemah-Xza8b> [Accessed 20 Juli 2025].
- GoodStats 2024. *Perempuan Indonesia Lebih Suka Belanja Online Lewat Shopee*. GoodStats. Tersedia di <https://data.goodstats.id/statistic/perempuan-indonesia-lebih-suka-belanja-online-lewat-shopee-EY8dK> [Accessed 12 November 2025].
- Gujarati, D.N. & Porter, D.C. 2015. *Dasar-Dasar Ekonometrika*. 5 ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Handaruwati, I. 2020. Analisa Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Tindakan Pembelian Produk Secara Online. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 2(4): 218–223.
- Hanum, H. & Wiwoho, G. 2023. Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*

(JIMMBA), 5(4): 465–480.

- Hapshoh, N.A. Al & Wusko, A.U. 2025. Pengaruh Augmented Reality Marketing, Online Customer Review, Persepsi Harga terhadap Purchase Decision dan Repurchase Intention (Studi pada Konsumen Maybelline Official Store di Shopee). *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 5(1): 10–18.
- Harahap, R., Lubis, J. & Syahputra, R. 2025. Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna E-Commerce Situs Shopee. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(4): 1284–1294.
- Henriawan, D., Puspasari, D. & April, U.S. 2023. Pengaruh Dompot Digital dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee. *Koaliansi : Cooperative Journal*, 3(1): 71–86.
- Hoyer, W.D., MacInnis, D.J. & Pieters, R. 2018. *Consumer Behavior*. 7 ed. Boston: Cengage Learning.
- Hutagalung, G.R.S., Sahfitri, S., Fiqri, M.I., Limbong, N.G.C., Sembiring, O. & Nababan, R.S.J. 2024. Pengaruh Pendapatan Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat (Sumatera Utara). *Al-Iqtishod Jurnal Ekonomi Syariah*, 6: 27–38.
- Ibrahim, M. 2024. *Riset Ipsos: Shopee Paling Memuaskan untuk Belanja Online di 2024*. Infobank.
- Iswandari, Balafif, M. & Imamah, S.E., M.E., N. 2024. Pengaruh Pendapatan, Harga Barang, Kualitas Barang dan Penggunaan Internet terhadap Permintaan E-Commerce Shopee. *Bharanomics*, 5(1): 11–17.
- Iwan & Purwatiningsih 2023. Perspektif: Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan terhadap Repurchase Intention (Studi Kasus pada Shopee di Jakarta Barat). *Jurnal Ekonomi & Manajemen*, 21(1): 90–95.
- Janna, N.M. & Herianto 2021. Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS. 1–12.
- Jubelio 2025. *Top 10 Daftar Produk Terlaris di Shopee 2025, Paling Banyak Dicari!* Tersedia di <https://jubelio.com/top-9-daftar-produk-terlaris-di-shopee-2024-paling-banyak-dicari/> [Accessed 28 November 2025].
- Juhana, D., Komara, A.T., Sidharta, I. & Suzanto, B. 2024. *Pengantar E-Commerce dan Platform Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. Tersedia di <https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=9rsFEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=+mendorong+pelaku+e-commerce+untuk+terus+berinovasi+dalam+memberikan+layanan+terbaik,+mulai+dari+pengembangan+fitur+pembayaran+digital,+penawaran+promosi+menarik,+hingga+peningkat.>
- Karomi, S. & Purwanto, E. 2024. Pengaruh Theory Technology Acceptance Model

(TAM) Terhadap Keputusan Pembelian Spontan Pada Pengguna Shopee Paylater di Kabupaten Sumenep. *Journal MISSY*, 5(1): 23–33. Tersedia di <https://www.ejournalwiraraja.com/index.php/MISSY/article/view/3518/2150>

Kemendikdasmen 2021. *Gen Z Dominan, Apa Maknanya bagi Pendidikan Kita?* Tersedia di <https://pskp.kemdikbud.go.id/gagasan/detail/gen-z-dominan-apa-maknanya-bagi-pendidikan-kita> [Accessed 11 April 2025].

Kemenko Perekonomian 2025. *Menko Airlangga: Digitalisasi Menjadi Salah Satu Andalan Mesin Pertumbuhan Ekonomi Baru Bagi Ketahanan Ekonomi Mendatang*. Tersedia di <https://ekon.go.id/publikasi/detail/5639/menko-airlangga-digitalisasi-menjadi-salah-satu-andalan-mesin-pertumbuhan-ekonomi-baru-bagi-ketahanan-ekonomi-> [Accessed 16 November 2025].

Kementerian Perdagangan 2024. *Perdagangan Digital (E-Commerce) Indonesia Periode 2023. Pusat Data dan Sistem Informasi*, 1–8.

Khotimah, K. & Febriansyah 2018. Pengaruh Kemudahan penggunaan, Kepercayaan Konsumen dan Kreativitas Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Online Shop. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 1(1): 19–26.

Kotler, P. & Armstrong 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 12 ed. New Jersey: Prentice-Hall Published.

Kotler, P. & Keller, K. 2016. *Marketing Management Global Edition*. England: Pearson Education Limited.

Kotler, P. & Keller, K.L. 2006. *Marketing Management*. 12 ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Kredivo 2023. *Laporan Perilaku Konsumen e-Commerce Indonesia 2023: Pemulihan Ekonomi dan Tren Belanja Pasca Pandemi*. Tersedia di <https://kredivocorp.com/wp-content/uploads/2023/06/2023-Indonesia-e-Commerce-Behavior-Report.pdf>.

Kumala, S.L. 2022. Perkembangan Ekonomi Berbasis Digital Di Indonesia. *Journal of Economics and Regional Science*, 1(2): 109–117.

Kurniawan, C. 2017. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi Pada Mahasiswa. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13(Vol. 13 No. 4 (2017): Jurnal Media Wahana Ekonomika, 4, Januari 2017): 1–12. Tersedia di <https://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/Ekonomika/article/view/2709/2520>.

Kusuma, T.M. & Suniantara, I.K.P. 2022. Pengaruh Pendapatan, Social Influence, dan Kondisi Ekonomi Makro Terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce. *Jurnal Perspektif*, 20(1): 31–35.

Laksana, M.F. 2019. *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Depok: Khalifah

Mediatama.

- Laudon, K.C. & Traver, C.G. 2020. *E-Commerce 2020-2021: Bisnis, Teknologi dan Masyarakat, Edisi Global*. Harlow: Pearson Education.
- Lin, K., Wang, Y. & Huang, T.K. 2018. What Drives Continued Intention for Mobile Payment ? - An Expectation Cost Benefit Theory with Habit What Drives Continued Intention for Mobile Payment ? — An Expectation Cost Benefit Theory with Habit. *Hawaii International Conference on System Sciences*.
- Maharani, A., Adawiyah, D.R., Prisilia, F.A., Yovitasari, T.Z. & Saputra, W. 2023. Perkembangan Dan Penggunaan E-Commerce Sebagai Salah Satu Dampak Revolusi Industri 4.0 Di Lingkungan Bisnis. *Jurnal Pijar Studi Manajemen dan Bisnis*, 1(3): 566–577. Tersedia di <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/pmb>.
- Mahrus, M.F., Hakim, Y., Asy'ari, S.P., Andarini, S., Kusumasari & Respati, I. 2024. Strategi Pengembangan Bisnis Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar. *Economics And Business Management Journal (EBMJ)*, 3(1): 1–6.
- Maino, G.P., Sepang, J.L. & Roring, F. 2022. Pengaruh Inovasi Produk, Persepsi Harga dan Promosi terhadap Minat Beli pada Verel Bakery and Coffee. *Jurnal EMBA*, 10(1): 185.
- Mankiw, N.G. 2019. *Principles of Microeconomics*. 9 ed. USA: Cengage Learning.
- Mardiana, R., Ms, M. & Nabila, N.I. 2023. Pengaruh Jaminan Keamanan , Kemudahan Transaksi , Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Beli Online Pada Aplikasi Marketplace Shopee Abstrak. *Economics and Digital Business Review*, 4(2): 217–238.
- Marsela, A.D., Nathanael, J. & Marchelyta, N. 2022. Penggunaan E-Wallet sebagai Kemajuan Teknologi Digital dalam Menentukan Preferensi Masyarakat di Surabaya. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial*, 1: 784–785.
- Marwan, R.A., Putra Ramadhan, D. & Septian, J. 2024. Pengaruh promosi dan Produk pada Marketplace Shopee. *Jurnal Pendidikan Universal*, 1(2): 305–310. Tersedia di <https://journalwbl.com/index.php/jupensal/article/view/207>.
- Marwiyah, S.L., Ainulyaqin, M. & Edy, S. 2023. Analisis Pengaruh Perilaku Konsumtif Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Online Shopping Pada E-Commerce Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3): 4279.
- Masfiatun, Supriyadi, M. & Nahdila, M. 2023. Dampak Ekonomi Digital dan Tingkat Inflasi Terhadap Pertumbuhan Sektor Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 5(6): 2745–2750.
- Maskuri, M.A., Kurniawan, E.N., Wardani, M.K. & Andriyani, M. 2019. Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Dan Electronic Word of Mouth

- Terhadap Minat Beli Online (Studi Pada pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Pelita Bangsa). *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 16(2): 139–150.
- Maulana, T.M.M. & Nasir 2021. Pengaruh Kualitas Informasi Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dimediasi Oleh Kepercayaan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi E-Commerce Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 6(2): 368–384. Tersedia di <https://jim.usk.ac.id/EKM/article/view/17005>.
- Maziyah, N., Nuringwahyu, S. & Zunaida, D. 2021. Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Minat Beli Pada E-commerce Shopee. *Jiagabi*, 10(1): 49–55.
- Megayani, N., Sanosra, A. & Reskiputri, T.D. 2021. Pembayaran Cashless dengan Sistem QR Code dan Perceived Trust terhadap Kepuasan Pengguna Shopeepay. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 3(1): 63–71.
- Menarianti, I., Toto, B., Rahmanto, Wijayanti, A., Sungkawati, D.E., Bintari, W.C., Komariyah, E.F., Anindhita, M., Yudith, C.W.N., Hapsara, D.O., Prasetya, D.P., Imron, A., Aditya, D. (Cand), Wardhana, Dyah, F., Prameswari, Yanti, S., Anugrah, R. & Dr. Abdurohim 2024. *E-Commerce*. Pertama ed. Purbalingga: EUREKA MEDIA AKSARA.
- Mita, Pranatasari, F.D. & Kristia 2021. Analisis Pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan, dan Ulasan Konsumen Daring Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 04(04).
- Mongol, P., Benni Purba, Anto Tulim, Purnaya Sari Tarigan & Endah Andriani Pratiwi 2023. Pengaruh Kemudahan Penggunaan E-Commerce, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 9(3): 749–755.
- Muhammad, D. 2019. Perkembangan Dan Transformasi Teknologi Digital. *Infokam*, 15(2): 116–123. Tersedia di <https://www.researchgate.net/publication/346898118%0APERKEMBANGAN>.
- Muslimah, A., Hak, N. & Shar, A. 2024. Pengaruh Harga, Trust, Kemudahan dan Keamanan Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna Shopee Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(1): 563.
- Nadiansyah, F.S., Indrawan, R. & Almujaib, S. 2022. Analisis Strategi Promosi E-Commerce Shopee Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen. *OIKOS Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 6(1): 62–71.

- Nadja, R.A., Halimah, A.S. & Hikmawaty 2023. *Preferensi Konsumen Terhadap Pangan*. Makassar: PT. Nasya Expanding Management. Tersedia di https://books.google.co.id/books?id=aJSoEAAQBAJ&hl=id&source=gbs_navlinks_s.
- Nasution, E.Y., Hariani, P., Hasibuan, L.S. & Pradita, W. 2020. Perkembangan Transaksi Bisnis E-Commerce terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jesya*, 3(2): 506–519.
- Nosaly, F.S., Andriana, A.N., Ilmu, F., Politik, I., Bisnis, A. & Mulawarman, U. 2024. Pengaruh Promo Tanggal Kembar , Gratis Ongkos Kirim , Metode Pembayaran S-Pay Later Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. 5(3): 398–408.
- Nugrah Leksono Putri Handayani 2022. E-Commerce Sebagai Penunjang Ekonomi Digital di Jawa Tengah. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan*, 2(1): 9–14.
- Nurhadi, S.P., Purbaningrum, D.G. & Nuraulia, R. 2022. Manfaat E-Commerce terhadap Dunia Bisnis. *As-Syirkah: Islamic Economics & Finacial Journal*, 1(1): 39–56. Tersedia di <https://journal.ikadi.or.id/index.php/assyirkah/article/view/8>.
- Nursiam, N., Yanissa, A.A.M. & Ariani, K.R. 2020. Simplicity, Price, Quality of Service and Safety Towards The Decision to Purchase Products Through Shopee.id Application. *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 71–82.
- Nuryadi & Rahmawati, P. 2018. Persepsi Siswa Tentang Penerapan Model Pembelajaran Berbasis Proyek Ditinjau Dari Kreativitas dan Hasil Belajar Siswa. *Jurnal Penelitian Matematika dan Pendidikan Matematika*, 3(1): 53–62. Tersedia di <http://dx.doi.org/10.26486/jm.v3i1.656W>:<http://ejurnal.mercubuana-yogya.ac.id/index.php/mercumatika>.
- OCBC NISP 2022. *GMV (Gross Merchandise Value), Pengertian dan Cara Hitung*. Tersedia di <https://www.ocbc.id/article/2022/10/13/gmv-adalah> [Accessed 12 November 2025].
- Ompusunggu, H. & Poniman, P. 2024. Studi empiris sistem pembayaran cashless dan cardless. *Owner*, 8(2): 1117–1124.
- Parengkuan, S. & Nurhasanah, N. 2021. Analisis Komparatif Preferensi Konsumen dalam Belanja Online. *Jurnal Ekonomi*, 12(2): 194.
- Pasaribu, B.S., Herawati, A., Utomo, K.W. & Aji, R.H.S. 2017. *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*. UUP Academic Manajemen Perusahaan YKPN. Tersedia di [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/65013/1/Metodologi Penelitian.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/65013/1/Metodologi%20Penelitian.pdf).
- Permana, T. & Puspitaningsih, A. 2021. Studi Ekonomi Digital Di Indonesia.

Jurnal Simki Economic, 4(2): 161–170.

- Prabowo, S.H.W., Parahiyanti, C.R., Dewi, Y.R., Aulisaina, F.I. & Aziz, N.A. 2023. The Fierce Competition of Shopee Battlefield Among Generation Z Consumers : A Neuromarketing Perspective. *Proceedings of the BISTIC Business Innovation Sustainability and Technology International Conference*. Atlantis Press International BV, hal.39–47.
- Prasetyo, B. & Prihatiningtyas, D. 2022. Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pada Situs Belanja Online Shopee.Co.id (Studi Kasus Pada Pengguna Situs Belanja Online Shopee.Co.id Di Kabupaten Bandung Barat). *Jurnal Bisnis & Teknologi*, 14(1): 48–56. Tersedia di <http://jurnal.pasim.ac.id/>.
- Prasetyo, H.E. 2021. Serat Acitya-Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang APRIL Management & Accountancy in Practice Journal Keputusan Pembelian dalam E-Commerce Shopee di Kecamatan Gunungpati Semarang. *Serat Acitya – Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, 10(1): 1–13. Tersedia di www.petersaysdenim.com.
- Puanda, F. & Rahmidani, R. 2021. Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Aplikasi Shopee. *Jurnal Ecogen*, 4(3): 367.
- Purnia, D.S., Adiwisatra, M.F., Muhajir, H. & Supriadi, D. 2020. Pengukuran Kesenjangan Digital Menggunakan Metode Deskriptif Berbasis Website. *EVOLUSI: Jurnal Sains dan Manajemen*, 8(2).
- Puspitasari, R. & Aprileny, I. 2020. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Konsumen Pelanggan Aplikasi Grab di PT Sido Muncul Kebon Jeruk). 1–15. Tersedia di https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=ZipWoZ4AAAAJ&citation_for_view=ZipWoZ4AAAAJ:roLk4NBRz8UC.
- Putri, O.N.S., Sudiantini, D., Ina, A.S., Davianti, A.R. & Liu, F. 2024. Pengaruh E-commerce Shopee Sebagai Media Belanja Fashion Online. *JEBI: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(1): 37–48. Tersedia di <https://j-economics.my.id/index.php/home/article/view/202>.
- Rachmawati, N., Ramadhina, W.O. & Wildan, M.A. 2025. Pengaruh Promo Di Aplikasi E-Commerce Shopee Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(2). Tersedia di <https://journal.unpas.ac.id/index.php/pendas/article/view/27995>.
- Rahardjo, C.R. 2016. Faktor yang Menjadi Preferensi Konsumen Dalam Membeli Produk Frozen Food. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(1): 32–43. Tersedia di <https://journal.unpas.ac.id/index.php/pendas/article/view/27995>.

- Rahayu, L.P. & Susanti, A. 2022. Pengaruh Faktor Harga, Keamanan, Kemudahan, dan Kepercayaan Terhadap Perilaku Belanja Online Dimasa Pandemi Covid-19. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 3(3): 538–544.
- Rahayu, N., Agus Supriyono, I. & Mulyawan, E. 2022. Pembangunan Ekonomi Indonesia Dengan Tantangan Transformasi Digital. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 4(1): 92–95.
- Rahayu, N., Rakhmawati, D. & Arista, I.G.A. 2024. Pengaruh Live Streamer Dan Promo Tanggal Kembar Terhadap Impulsive Buying (Studi Kasus Pengguna E- Commerce Shopee Di Kota Mataram). *Ganec Swara*, 18(1): 263.
- Rahmah, A., Aprilia, M., Medita, S.A., Dwi, W., Fashion, P. & Pembelian, K. 2025. Analisis preferensi konsumen terhadap pembelian produk fashion di shopee. *JURNAL ILMU SOSIAL EKONOMI DAN POLITIK*, 3(1): 154–161.
- Ridha, N. 2017. Proses Penelitian, Masalah, Variabel dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, 14(1).
- Rivani, E. & Rio, E. 2021. Penggunaan Uang Elektronik Pada Masa Pandemi Covid-19: Telaah Pustaka. *Jurnal Kajian*, 26(1): 75–89. Tersedia di <https://jurnal.dpr.go.id/index.php/kajian/article/viewFile/3910/1127>.
- Rolando, B., Christy Disa Rantetandung, D., Nyoman Teristiyani Winaya, N., Studi Manajemen, P., Ilmu Manajemen dan Bisnis, F., Dinamika Bangsa, U., Studi Manajemen Sumber Daya Manusia, P. & Ekonomi, F. 2024. Hubungan Penawaran Khusus Pada Tanggal Istimewa Terhadap Keputusan Pembelian Di Platform E-Commerce Shopee. *Journal Management & Economics Review (JUMPER)*, 1(8): 315–328.
- Romla, S. & Ratnawati, A. 2018. Keputusan Pembelian E-Commerce Melalui Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi Dan Kualitas Interaksi Layanan Web. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 19(1): 59.
- Sakti, B.E. & Mardiana, D. 2023. Niat Pembelian Ulang Konsumen: Tinjauan Kemudahan Transaksi Non-Tunai, Kepercayaan Konsumen, dan Kesesuaian Harga. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 4(01): 101–112.
- Sanaky, M.M., Saleh, L.M. & Titaley, H.D. 2021. Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama MAN 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1): 432–439.
- Sandika, S., Hardinata, W. & Maleha, N.Y. 2025. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen Akuntansi*, 4(1). Tersedia di <https://ejournal.lapad.id/index.php/jebmak/article/view/1119>.
- Saragih, M.H. & Prayitta, A.D. 2023. Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan dan Branding Terhadap Loyalitas Pelanggan Menggunakan Dompot Digital ShopeePay sebagai Metode dan Teknik Pembayaran. *Jurnal Simki Economic*, 6(1): 19–30.

- Schiffman, L.G. & Wisenblit, J. 2019. *Consumer Behavior*. 12 ed. Harlow: Pearson Education.
- Semnesia 2025. *35 Data Statistik E-commerce Indonesia yang Penting*. Tersedia di <https://semnesia.com/blog/data-statistik-ecommerce-indonesia/> [Accessed 28 November 2025].
- Setyarko, Y. 2016. Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 5(2): 128–147. Tersedia di <https://journal.budiluhur.ac.id/ema/article/view/329/273>.
- Shopee 2022. *Kelebihan Shopee Saat Berbelanja Online*. Tersedia di <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/kelebihan-belanja-di-shopee-dari-gratis-ongkir-hingga-ada-layanan-ekspedisi-sendiri/> [Accessed 14 Februari 2025].
- Sinha, S.K. & Verma, P. 2020. Impact of sales Promotion's benefits on perceived value: Does product category moderate the results? *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52(July 2019): 101887. Tersedia di <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101887>.
- Sitorus, P. & Anggi 2022. Mekanisme Penetapan Harga (Price) Dan Kebijakan Penentuan Keuntungan (Profit) Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam. *Attanmiyah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1): 44–59. Tersedia di <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.
- Solomon, M.R. 2017. *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. 12 ed. Harlow: Pearson Education.
- Steven, J., Ramli, A.H. & Mariam, S. 2023. E-Service Quality, E-Wallet Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Pada Pengguna Pembayaran Non Tunai Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2): 267–278.
- Sugiarto, Tedy, H., Said, K., Brastoro & Rachmat, S. 2010. *Ekonomi Mikro : Sebuah Kajian Komprehensif*. Jakarta: Gramedia.
- Sugiyono 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, S. 2000. *Mikroekonomi*. 2 ed. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Susanti, W., Mardani, Malavia, R. & Normaladewi, Andi 2023. Pengaruh Impulse Buying, Harga Dan Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2019- 2020 di Universitas Islam Malang). *e – Jurnal Riset Manajemen*, 12(02): 1400–1406. Tersedia di <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm>.
- Susanto, D., Fadhillah, M. & Udayana, I.B.N. 2021. Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Konsumen Shopee di Yogyakarta). *Jurnal Ilmu*

Manajemen, 18(2): 89–97.

Sutiyani, T. 2018. Pengaruh Kewajaran Harga dan Kewajaran Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Toserba Borma Dakota). X(2): 233–248.

Suvarna, S. V & Malagi, D.A.K. 2025. The Effect of Limited-Time Discounts on Consumer Urgency and Purchase Behavior. *EPRA International Journal of Multidisciplinary Research*, 11(6): 1703–1710. Tersedia di <https://doi.org/10.36713/epra2013>.

Swarjana, I.K. 2022. *Populasi-Sampel, Teknik Sampling dan Bias Dalam Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Syahidah, N.U.N., Paramita, B. & Ilham, E. 2025. Pengaruh Cashback , Flash Sale , dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Minat Beli Pada Event Twin Date Shopee di Kalangan Mahasiswa FEBM UMRAH. *Jurnal Bahtera Inovasi*, 9(1).

Syamsudin, S., Juanna, A. & Abdussamad, Z.K. 2024. Pengaruh Digital Payment Dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Platform Shopee. *El-Economica*, 1(1): 1–9. Tersedia di <https://ejurnal.ganapatihmediagroup.com/index.php/El-Economica/article/view/2>.

Syarifudin 2018. Effects of Income and Fund Management of State Civil Apparatus on Bank Credit Granting (Case Study of the Academic Community of IAIN Manado) Syarifuddin. 3(2): 247–276.

Taan, H. 2021. Kemudahan Penggunaan dan Harga Terhadap Minat Beli Online Konsumen. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 8(1): 89.

Taluke, D., Lakat, R.S.M., Sembel, A., Mangrove, E. & Bahwa, M. 2019. Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Pengelolaan Ekosistem Mangrove Di Pesisir Pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat. *Jurnal Spasial*, 6(2): 531–540. Tersedia di <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/spasial/article/view/25357/25046>.

Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M. & Munawaroh, M. 2019. Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 di Indonesia. *Jurnal Al Qardh*, 4(1): 60–75.

Tawasuli, L. 2023. Korelasi special event Day Tanggal Kembar Terhadap Minat Beli Masyarakat di Shopee. 2: 95. Tersedia di <https://jurnal.universitaspurabangsa.ac.id/index.php/jdbm>.

Todaro, M.P. & Smith, S.C. 2020. *Economic Development*. 13th ed ed. Harlow: Pearson Education.

Tulanggow, S.G., Tumbel, T.M. & Walangitan, O. 2022. Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian Pt. Shopee International Indonesia Di Kota Sukabumi. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan*, 2(5): 383–392. Tersedia di

<https://jurnal.dpr.go.id/index.php/kajian/article/viewFile/3910/1127>.

- Tutik, A.D., Fitriani, N. & Inderasari, E. 2020. Variasi dan Fungsi Ragam Bahasa Pada Iklan dan Slogan Situs Belanja Online Shopee. *Imajeri: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 2(2): 137–148.
- Ukhriyawati, C.F., Muharam, Putra, R.E., Mulyati, S. & Hati, R.P. 2024. Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan, Kontrol Diri, Gaya Hidup Dan Intensitas Pengguna Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Pada Mahasiswa Universitas Riau Kepulauan. *Measurement Jurnal Akuntansi*, 18(2): 387–395.
- Ulya, A.', Putri, O.N. & Naylawati, W.A. 2023. Budaya Konsumtif Belanja Online Dikalangan Mahasiswa. *Prosiding Seminar Nasional*, 1300–1308. Tersedia di <https://proceeding.unesa.ac.id/index.php/sniis/article/view/906/387>.
- Unsoed 2024. *Program Studi Unsoed*. Tersedia di <https://admisi.unsoed.ac.id/program-studi/> [Accessed 26 April 2025].
- Venny, S. & Asriati, N. 2022. Permintaan Dan Penawaran Dalam Ekonomi Mikro. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 7(1): 184–194.
- Wardhana, A. 2024. *Preferensi konsumen*. 1 ed. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Waziana, W., Saputra, R.H., Sari, N.Y., Kasmi & Aulia, D. 2022. Pemanfaatan E-Commerce Shopee Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Ibu-Ibu PKK Pelaku Bisnis. *NEAR: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(2): 107–112.
- Widiastuti, N. 2022. Dampak Penggunaan Ekonomi Digital Terhadap Biaya Tenaga Kerja Pada Umkm Industri Bakpia Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 9(2): 39–56.
- Wirdayani, W. 2016. Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Pembiayaan Musyarakah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(2): 1–18. Tersedia di <https://core.ac.uk/outputs/229197041/?source=oai>.
- Wulandari, H.P. & Subandiyah, A.E. 2022. Pengaruh Ulasan Produk, Harga dan Pembayaran Non Tunai (Shopee paylater) terhadap Keputusan Pembelian pada Market Place Shopee di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 9(2): 80–93.
- Wulansari, R. 2025. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada PT . Outlezt Worldwide Indonesia. *Jurnal Mahasiswa Humanis*, 5(2): 961–972.
- Yulistiyani, N., Afwa, A. & Puspita, A. 2024. Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian pada Event Tanggal Kembar Shopee di Pekanbaru. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 18(1): 20.

Yustiani, R. & Yunanto, R. 2017. Ilmiah Komputer dan Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis di Era Ilmiah Komputer dan. *Jurnal Ilmiah Komputer dan Infromatika (KOMPUTA)*, 6(2): 43–48. Tersedia di <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/komputa/article/view/2476>.

