

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahlamiyah Qorinul., Handayani Rani Irma., Cahyanti Lia Dwi. 2022. Komparasi Pemilihan Platform Belanja *Online* dengan Menggunakan Metode *Simple Additive* (SAW) dan *Profile Matching*. *Bianglala Informatika*. Vol 10(2), Hal:96-104.
- Amalia N.R., dan Saryadi. 2018. Pengaruh Kemudahan Akses dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian pada Situs *Online* Tiket.com. *Jurnal Ilmu Administrasi (JAB)*. Vol 7(3), Hal: 2-11
- Andriani, Lina Atika., dan Harti. 2021. Pengaruh Emosi Positif, Potongan Harga, dan Kualitas *Website* Terhadap Pembelian Impulsif. *FORUM EKONOMI*. Vol 23(3), Hal: 454-462.
- Anwar Iful. 2015. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol 4(12), Hal: 1-15.
- APJII. 2024. *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. Diakses 04 Maret 2024 05.40 WIB. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>.
- Aripin Zaenal., Negara Padma M.R. 2021. *Perilaku Bisnis: Etika Bisnis dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Deepublish Publisher
- Ariyanto, Aris., Bangun R., Muhamad Rifqi Min Indillah, Arlin Ferlina Mochamad Trenggana, Dienni Ruhjatini Sholihah, Maya Ariyanti, Euis Widiati, Purna Irawan, Susiana Dewi Ratih, R. Suryanti Ismail, Defin Shahrial Putra, Amrin Mulia Utama, Syahputra, John Budiman Bancin. 2023. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Penerbit Widina Bhakti Persada.
- Auli S., Basalamah M.R., dan Millannintyas Restu. 2022. Pengaruh Diskon dan Promos Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian pada *E-Commerce Shopee*. *E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Hal: 111-121.
- Azlin N., Syahrudin, H., Kuswanti h. 2022. Pengaruh *Tagline* ‘Gratis Ongkir’ Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Tanjungpura. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*. Vol 11(3), Hal: 1-8.

- Bank Indonesia. 2021. *Dompot Digital Naik Daun, Membetot Kala Pandemi*.  
<https://www.bi.go.id/id/bi-institute/BI-Epsilon/Pages/Dompot-Digital--Naik-Daun,-Membetot-Minat-Kala-Pandemi.aspx>. Diakses pada tanggal 8 September 2023.
- Cesariana, Carmelia., Juliansyah, Fadlan., dan Fitriyani, Rohani. 2022. Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*. Vol 3(1), Hal: 211-224.
- Diskominfo Tuban. 2023. *Pengguna Internet Indonesia Paling Banyak Usia Berapa?*. Diakses 09 Maret 2023 21.13 WIB.  
<http://diskominfo.tubankab.go.id/entry/pengguna-internet-indonesi-paling-banyak-usia-berapa>.
- Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika. *Sistem E-Commerce dan Perlindungan Konsumen*. <https://aptika.kominfo.go.id/2017/06/sistem-e-commerce-dan-perlindungan-konsumen/>. Diakses pada tanggal 12 Maret 2023.
- Effendy, F., Hurriyati, R., Wibowo., L.A. 2020. Analisis Pengaruh Celebrity Endorser dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo dengan Intervening Brand Image. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*. Vol 11(2), Hal: 163-180.
- Fauzan F.M., Ratnasari, I. 2024. Pengaruh *Flash Sale, Free Shipping Promotion* dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Kalangan Generasi Z pada Produk *Beauty and Care* di Aplikasi Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*. Vol 10(4). Hal: 474-485
- Fransiska, I., dan madiawati, P.N. 2021. Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Shopee di Bandung. *E-Proceeding of Management*. Vol 8(4). Hal:3340-3354.
- Handayani. 2021. Pengaruh Metode Pembayaran Dan Mudahnya Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Di Zalora *Online Shopping*. *UG Jurnal*. Vol 15(04), Hal: 58-67.

- Handayani, F., Khairunisa, M., Syamsudin, M. 2022. Pengaruh Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa di *Marketplace* Shopee Ditinjau Menurut Ekonom Isyariah. *Journal of Sharia and Law*. Vol 1(1), Hal: 51-60
- Hanum Zubaidah, Hidayat Sahral. 2017. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike Di Kota Medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*. Vol 06(01), Hal: 37-43
- Hariyanto Halila Titin., Trisunarmo Lantip. 2020. Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko Online di Shopee. *Jurnal Teknik ITS*. Vol 9(2), Hal: 234-240
- Jusuf, Dewi Indriani. 2018. *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Katadata. 2023. *Tren Pengunjung E-Commerce Indonesia*. Diakses 9 Maret 2023 pukul 22.15 WIB. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/tren-pengunjung-e-commerce-kuartal-iii-2023-shopee-kian-melesat>.
- Kosasi, Sandy. 2016. Perancangan Sistem Informasi Pemasaran Online Untuk Memperluas Segmentasi Pasar Properti. *Jurnal VOI*. Vol 5(2), Hal: 31-43.
- Kotler P., dan Keller K.L. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kusnanto D., Fazrul Haq A.A., Fahmi I.S. 2020. Pengaruh Potongan Harga Terhadap Pembelian Impulsif pada Pelanggan Aplikasi Grab (Grabfood). *Jurnal Manajemen*. Vol 12(1), Hal: 1-9.
- Lian Jiunn Woei., Yen David C. 2014. Online shopping drivers and barriers for older adults: Age and gender differences. *Computers in Human Behavior*. Vol 37, Hal: 133-143
- Lim Yi Jin., Osman Abdullah., Salahuddin Shahrul Nizam., Romle Abdul Rahim., Abdullah Safizal. 2016. Factors Influencing Online Shopping Behavior: The Mediating Role of Purchase Intention. *Procedia Economics and Finance*. Vol 35, Hal: 401-410.

- Mahkota A.P., Suyadi i., dan Riyadi. 2014. Pengaruh Kepercayaan dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian *Online* (Studi Pada Pelanggan *Website Ride Inc*). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol 8(2). Hal: 1-7.
- Mardiyanto, Eko., Kambali, Muhammad. 2021. Implementasi Marketing Mix Dalam Pemasaran Perbankan Syariah. *Jurnal Iqtishad: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*. Vol 9(1), Hal: 93-103
- Maretiana, Rahel Sophia., dan Abidin, Zainal. 2022. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen*. Vol 14, Hal: 590-597.
- Maulana, HA., dan Asra Y. 2019. Analisa Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce oleh Generasi Z di Daerah Pedesaan. *INOV BIZ: Jurnal Inovasi Bisnis*. Vol X(7), Hal: 162-165
- Monica, Marinda Agesthia. 2020. Analisis Hukum Islam Terhadap Pinjaman Uang Elektronik Shopee Pay Later Pada E-Commerce. *Skripsi*. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
- Nasution, Siti Lam'ah., Limbong, Christine Herawati., Nasution, Denny A.R. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada *E-Commerce* Shopee. *Jurnal ECOBISM*. Vol 7(1), Hal: 43-54.
- Natanael, Kwanda. 2020. Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Generasi Y Di Surabaya. *AGORA*. Vol 8(1), Hal: 1-7
- Nugroho, Andi., Rochdiani, Dini., dan Yusuf M.N. 2020. Analisis Saluran Pemasaran Sale Pisang (Studi Kasus pada Perajin Sale Pisang Basah di Desa Sindangbarang Kecamatan Karangpucung Kabupaten Cilacap). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*. Vol 7(3), Hal: 858-861
- Nurfauzi Yogi., Hanafiah H., Yusuf Muhammad., Asir Muhammad. 2023. Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*. Vol 4(1), Hal: 183-188

- Pasaribu, Ayu Priska. 2022. Pengaruh Metode Pembayaran *Cash on Delivery* (COD) dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee pada Masyarakat Kota Medan. *Tugas Akhir*. Universitas HKBP Nommensen.
- Permana, Alvin Edgar., Reyhan, Arvy M., Rafli H., Rakhmawati, Nur Aini. 2021. Analisa Transaksi Belanja *Online* pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal TEKNOINFO*. Vol 15(1), Hal: 32-37.
- Pitri, tedi. 2023. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian the *Effect of Marketing Strategy on Purchasing Decision*. *Jurnal Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi*. Vol 1(2), Hal: 87-98
- Pratama, Fariz R., Santoso N., Fanami Lutfi. 2020. Pengembangan Aplikasi *E-Commerce* Menggunakan *Payment Gateway* Midtrans. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*. Vol 4(4), Hal: 1133-1140.
- Pratama, Gama. 2020. Analisis Transaksi Jual Beli Online melalui Website Marketplace Shopee menurut Konsep Bisnis di Masa Pandemi Covid-19. *Ecopreneur: Jurnal Program Studi Ekonomi Syariah*. Vol 1(2), Hal: 21-34
- Prathama Canguandha Ian., Soelaiman Lydiawati. 2023. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Sikap Dan Loyalitas Perilaku Konsumen Kaos Rockstereo. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*. Vol 05(01), Hal: 141-148
- Purnamasari, RDA., Sasana, H., Ivo, N. 2021. Pengaruh *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *perceived risk*, dan *brand image* terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran paylater. *Jurnal Manajemen*. Vol 13(3), Hal: 420-430.
- Putra E.W., Kumadji S., Edy Y. 2016. Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol 38(2), Hal: 184-194.
- Putri, Nur A.R., dan Iriani, S.R. 2019. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian di Shopee. *Jurnal Komunika*. Vol 8(2). Hal: 69-78.

- Putri, Desita P.E., Rismawati, D.A., Lestari M.S., Pravitasari N., Saputri P., Wahyudi R., Rahmawati Y. 2023. Pengaruh Harga, Promosi, Ulasan Produk, Dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* TikTok Shop. *ACADEMICA: Journal of Multidisciplinary Studies*. Vol 7(1), Hal: 67-93.
- Putri, Nur Afifah Rosniadi., dan Iriani, Sri Setyo. 2019. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian di Shopee. *Jurnal KOMUNIKA*. Vol 8(2), Hal: 78.
- Rachmad, Yoesoep Edhi., Sudiarti S., Turi La Ode., Fajariana D.E., Kisworo Y., Suryawan R.F., Tanady Hendy., Kusnadi., Susilawati Eka., Yusran R.R., Juminawati S., Sukrisno A., Kutoyo Surno. *Manajemen Pemasaran*. Purbalingga: CV. Eureka Media Aksara
- Rahayu, T., Aenina S. 2021. Analisis Akad Jual Beli E-Commerce Shopee Pay Later dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Iqtishodiah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*. Vol 3(2), Hal: 1-15
- Ramadani, I., *et al.* 2023. Pengaruh *Online Customer Review*, *Shipping Cost*, dan *Payment Method* Terhadap Keputusan Pembelian pada Generasi Z Pengguna Aplikasi Lazada di Kecamatan Pancur Batu. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima*. Vol V (1). Hal: 36-54.
- Rodiah, S., Melati, Inaya Sari. 2020. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*. Vol 1(2), Hal: 66-80
- Santoso, G., dan Triwijayati, A. 2018. Gaya Pengambilan Keputusan Pembelian Pakaian Secara *Online* pada Generasi Z Indonesia. *Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen*. Vol 11 (3). Hal: 231-242.
- Santoso M.W.N., Widodo J., Zulianto M. 2022. Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian *Marketplace* Shopee (Studi Kasus Masyarakat Desa Kesilir Kabupaten Jember). *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Kewirausahaan*. Vol 2(1), Hal: 24-29.

- Saputra, Valdi R.J., dan Sudarwanto, T. 2023. Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee *Paylater* Masyarakat Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*. Vol 11(2). Hal: 165-174.
- Septiania, Sovi., dan Proborini R. 2020. *Self-Compassion, Grit* dan Adiksi Internet pada Generasi Z. *Analitika: Jurnal Magister Psikologi UMA*. Vol 2(1). Hal: 138-147.
- Snedecor, dan Cochran. 2015. *Statistical Methods*. USA: Iowa State University Press
- Similarweb. 2023. *Top Marketplace Websites Ranking in Indonesia in August 2023*. [https://pro.similarweb.com/#/research/marketresearch/webmarketanalysis/mapping/E-commerce\\_and\\_Shopping~Marketplace/360/3m?webSource=Total](https://pro.similarweb.com/#/research/marketresearch/webmarketanalysis/mapping/E-commerce_and_Shopping~Marketplace/360/3m?webSource=Total). Di akses pada tanggal 15 Maret 2023.
- Similarweb. 2024. *Shopee.co.id Traffic Analytics, Ranking Stats & Tech Stack*. Diakses 04 Maret 2024 Pukul 05.54 WIB. <https://www.similarweb.com/website/shopee.co.id/>.
- Solihin Dede. 2020. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal MANDIRI: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*. Vol 4(1), Hal; 38-51
- Statista. 2024. *Number of users of e-commerce in Indonesia from 2020 to 2029*. Diakses 09 Maret 2024 21.25 WIB. <https://g.co/kgs/4RWCL9P>.
- Stialanisa D., Tobing Rudy. 2023. Pengaruh Promosi Gratis Ongkir dan Metode Pembayaran *Paylater* Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna *E-Commerce* di Indonesia. *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi (JURIMA)*. Vol 3(2). Hal: 245-257.
- Sulaeman, D. 2018. Faktor Penentu Keputusan Konsumen Indonesia Memilih Tempat Belanja Disebuah *E-Commerce*. *Jurnal JDM*. Vol 1(01). Hal: 1-9.

- Sunyoto D., dan Saksono Yanuar. 2021. *Perilaku Konsumen*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Thendeano C.R., Sutanto J., dan Kristanti M. 2020. Analisa Pengaruh Citra Merek dan Potongan Harga Terhadap Minat di Hotel Shangri-La Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*. Vol 8(2), Hal: 35-51.
- Turban, E., David King., Dennis V., Jae Lee. 2010. *Electronic Commerce a Managerial Persepective. International Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Tusanputri, A.V., dan Amron. 2021. Pengaruh Iklan Dan Program Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Platform E-Commerce Tiktok Shop*. *Forum Ekonomi*. Vol 23(4), Hal: 632-639.
- Tussafinah, Hima. 2018. Pengaruh Rating dan Ulasan, Jaminan 100% Pengembalian dan Layanan COD atau Bayar di Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Lazada. *Skripsi*. Univeristas Islam Negeri Walisongo
- Utami, Umi Nadirotul. 2022. Pengaruh Promosi, Kemudahan, Dan Kegunaan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital Shopeepay Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2018. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol 10(2), Hal: 329-339
- Utami, Hesty Nurul., Firdaus, Iqbal Fauzi Akbar. 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis. *Jurnal Ecodemica*. Vol 2(1), Hal: 136-147
- Wulandari, Hartini P., Subandiyah, Asih Endah. 2022. Pengaruh Ulasan Produk, Harga, dan Pembayaran Non Tunai (Shopee paylater) terhadap Keputusan Pembelian pada Market place Shopee di Yogyakarta. *JBMA: Jurnal Bisnis Manajemen dan Akuntansi*. Vol IX(2), Hal: 80-94
- Yohandi, Axel., Trihastuti N., Hartono D. 2017. Implikasi Yuridis Penggunaan Mata Uang Virtual Bitcoin Sebagai Alat Pembayaran Dalam Transaksi Komersial (Studi Komparasi Antara Indonesia - Singapura). *Diponegoro Law Journal*. Vol 6(2), Hal: 1-19