

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, W. R. (2022). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE MAHASISWA DI KOTA MEDAN PADA APLIKASI SHOPEE. *Accumulated Journal (Accounting and Management Research Edition)*, 3(2), 142. <https://doi.org/10.22303/accumulated.3.2.2021.142-161>
- Angela, V., & Paramita, E. L. (2020). PENGARUH LIFESTYLE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN IMPULSE BUYING KONSUMEN SHOPEE GENERASI Z. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(2), 248–262. <https://doi.org/10.37932/j.e.v10i2.132>
- Anggraini, R., & Kurniawati, T. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen di Toko Online. *Jurnal Salingka Nagari*, 1(1), 53–60. <https://doi.org/10.24036/jsn.v1i1.7>
- Ariani, N. B., & Rahmi, V. A. (2024). Peningkatan Penjualan Toko Barang Antik “Retrorika” Surabaya Dalam Pendekatan Business Model Canvas (BMC). *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(4), 9318–9324. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i4.10968>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024, July 2). Apjii.or.Id. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Ayu, P. (2023). Analisis Perilaku Konsumen dalam Pembelian Barang Online: Literatur Review. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 254. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.1030>
- Bakti, I. S., Anismar, A., & Amin, K. (2020). Pamer Kemewahan: Kajian Teori Konsumsi Thorstein Veblen. *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)*, 14(1). <https://doi.org/10.24815/jsu.v14i1.18109>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). MODEL KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE: KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN

- PEMASARAN). *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*, 3(1), 211–224. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.867>
- Doni, A. H., Al-Amin, A.-A., & Alfiona, F. (2023). LITERATUR REVIEW: EFEK PENDAPATAN DAN SUBSTITUSI DITINJAU DARI EKONOMI ISLAM DAN KONVENSIONAL. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Syariah*, 2(2), 144–151. <https://doi.org/10.55883/jiemas.v2i2.19>
- Farida, L. (2022). PEMANFAATAN PLATFORM E-COMMERCE MELALUI MARKETPLACE SHOPEE SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN DAN MEMPERTAHANKAN BISNIS DI MASA PANDEMI (STUDI PADA UMKM SEKTOR FASHION DI MALANG). *Jurnal Manajemen*, 12(2).
- Fitri, N. A., & Basri, H. (2021). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Pada Generasi Milenial Di Era Pandemi Covid-19 Dengan Pengetahuan Ekonomi Sebagai Variabel Moderasi*.
- Frahyanti, F., Syafi'i, M. A., & Devi, H. S. (2024). *Analisis Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Konsumen Memilih Belanja Online Store Daripada Offline Store*. 3(1).
- GoodStats. (2023, November 29). *Produk Fashion Jadi Produk yang Paling Banyak Dibeli di Online Shop*. GoodStats Data. <https://data.goodstats.id/statistic/produk-fashion-jadi-produk-yang-paling-banyak-dibeli-di-online-shop-WNrZx>
- Gunawan, L. E., & Santoso, H. B. (2017). *Sistem Informasi Penjualan Dan Barter Barang Antik dan Koleksi*.
- Harahap, D. A. (2018). PERILAKU BELANJA ONLINE DI INDONESIA: STUDI KASUS. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(2), 193–213. <https://doi.org/10.21009/JRMSI.009.2.02>
- Hikmawati, Salam, A., & Rizqi, R. M. (2019). PENGARUH GAYA HIDUP BERBELANJA DAN KETERTARIKAN FASHION TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF PADA ONLINE SHOPING. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 1–7. <https://doi.org/10.37673/jmb.v2i2.448>
- Katawetawaraks, C., & C.L.Wang. (2011). Online Shopper Behavior: Influences of Online Shopping Decision, *Asian Journal Of Business Research*, 1(2)

- Kurniawan, R., & Susanti, F. (2019). *PENGARUH LIFESTYLE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPATU MEREK FLADEO DI BASKO GRAND MALL PADANG*. INA-Rxiv. <https://doi.org/10.31227/osf.io/ehyau>
- Lestari, S., & Priyana, Y. (2023). *Pengaruh Harga Terhadap Perilaku Konsumen Belanja (Studi. 1(01)*.
- Lestari, Yusup, I., & Muhammad Zaki, R. (2022). *ANALISIS PERILAKU BELANJA ONLINE PADA KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS GALUH DI KAWASAN KOTA CIAMIS*. 4.
- Machali, I. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan.
- Mita Istinaewati & R.A. Nurlinda. (2024). Pengaruh Online Customer Review, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(2), 131–153. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i2.750>
- Moehadi, Hartiningsih Astuti, Siti Alfiyana, & Kiswati Dewi Kartika. (2024). Peran E-Commerce Dan Gaya Hidup Dalam Menentukan Perilaku Konsumen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 15(1), 18–23. <https://doi.org/10.36982/jiegm.v15i1.3953>
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, dan HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *ECOBISMA (JURNAL EKONOMI, BISNIS DAN MANAJEMEN)*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>
- Nofri, O., & Hafifah, A. (2018). ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM MELAKUKAN ONLINE SHOPPING DI KOTA MAKASSAR. *Jurnal Manajemen*, 5.
- Palupi, T. D. E., & Aravik, H. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Penilaian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee*.

- Pengunjung Shopee Makin Banyak, Bagaimana E-Commerce Lain? | Databoks.*  
(2023, November 10). Databoks.Katadata.Co.Id.  
<https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/1fac6f15645c8fb/pengunjung-shopee-makin-banyak-bagaimana-e-commerce-lain>
- Pramana, R. D. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TUMBLER TUPPERWARE*. 10.
- Pratama Afrianto, A., & Irwansyah, I. (2021). EKSPLORASI KONDISI MASYARAKAT DALAM MEMILIH BELANJA ONLINE MELALUI SHOPEE SELAMA MASA PANDEMI COVID-19 DI INDONESIA. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 10–29.  
<https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.181>
- Priansa. (2017). *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer / Donni Juni Priansa | Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*. <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=22219>
- Ratnawati Lang. (2024). Analisis Pola Perilaku Pembelian Impulsif Generasi Z di Pontianak pada Platform Social Commerce: SOR Theory. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, 8(3).  
<https://doi.org/10.29408/jpek.v8i3.27831>
- Silawati, R., & Siregar, S. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Fashion pada Shopee di Karawang. *Jurnal Perspektif*, 22(2), 40–47. <https://doi.org/10.31294/jp.v22i2.22230>
- Sitilonga, D. (2022). *BUKU AJAR MIKROEKONOMI Sebuah Pengantar*. Zahira Media Publisher.
- Sugiyono, D. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*.
- Sulistiyawati, E. S., & Widayani, A. (2020). Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(1), 133. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v4i1.7087>
- Tamara, C. D., & Nurlinda, R. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Lifestyle, Country Of Origin Terhadap Keputusan Pembelian*.

*Tentang Shopee—Karir | Shopee Indonesia.* (2024).

<https://careers.shopee.co.id/about>

Widianto, T., & Octaviani, A. (2020). ANALISA SIKAP BELANJA ONLINE DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN BELANJA KONSUMEN PADA EVENT FLASH SALE SHOPEE. *EXCELLENT*, 7(1), 37–46.

<https://doi.org/10.36587/exc.v7i1.624>

Wulan, W. N. N., Suharyati, S., & Rosali, R. (2019). Analisis Pembelian Tidak Terencana pada Toko Online Shopee. *Ekonomi dan Bisnis*, 6(1), 54–71.

<https://doi.org/10.35590/jeb.v6i1.830>

