

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, Adi. "5 E-Commerce Dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023." *Katadata*. Diakses melalui <https://databoks.katadata.co.id/>, pada tanggal 8 November 2024.
- Anam, Choiril, and Ning Purnama Sariati. "Rasionalitas Konsumsi Di Masa Pandemi Perspektif Islam." *Istithmar : Jurnal Studi Ekonomi Syariah* 5, no. 1 (2021).
- APJII. "APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang." *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. Diakses melalui <https://apjii.or.id/>, pada tanggal 7 November 2024.
- Balaka, Muh Yani. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2022.
- Catherin. "Perempuan Indonesia Lebih Suka Belanja Online Lewat Shopee." *Goodstats.Id*. Diakses melalui <https://data.goodstats.id/statistic/perempuan-indonesia-lebih-suka-belanja-online-lewat-shopee-EY8dK>, Pada tanggal 8 November 2024.
- Dewa, Adenantha Lesmana, Ihya Ali Mushofa, and Sulistyowati. "Faktor Pengaruh Keputusan Pembelian Tiket KM. Dharma Kartika VII." *Jurnal Ekobistek* 12, no. 2 (2023). <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v12i2.552>.
- Fitri, Amalia Nur. "Populix: 72% Masyarakat Indonesia Menggunakan Internet Untuk Berbelanja." *Kontan.Co.Id*. Diakses melalui <https://industri.kontan.co.id/>, pada tanggal 7 November 2024.
- Fitri, Septia Yuvira. "Harga , Kepercayaan , Kemudahan Penggunaan Aplikasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee (Studi Pada Mahasiswa STKIP Dan STIE Widyaswara Indonesia Solok Selatan)." *Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen* 1, no. 2 (2023). <https://doi.org/10.47861/sammajiva.v1i2.193>.
- Hariyanti, Sri. "Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Promosi Kripik Jamur Tiram." *Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business* 2, no. 2 (2022). <https://doi.org/10.30762/almuraqabah.v2i2.278>.
- HM, Jogyanto. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2007.
- Indartini, Mintarti, and Mutmainah. *Analisis Data Kuantitatif*. Klaten: Penerbit Lakeisha, 2024.
- Indrasari, Meithiana. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. 1st ed. Surabaya:

Unitomo Press, 2019.

Institute, IDN Research. *Indonesia Gen Z Report 2024*, 2024.

Iqbal, Muhammad, and Yoestini. "Pengaruh Promosi, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Konsumen Tokopedia Di Universitas Diponegoro)." *Diponegoro Journal Of Management* 12, no. 4 (2023).

Khairinal, Khairinal, Siti Syuhada, and Rissa Stepani Sitinjak. "Pengaruh Media Sosial, Konformitas, Dan Pendidikan Ekonomi Keluarga Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI SMK 1 Kota Jambi Tahun Pelajaran 2021/2022." *JMPIS* 3, no. 2 (2022). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2>.

Kurniawan, Dhika Amalia, and Muhammad Zaenal Abidin. *Pengantar Pemasaran Islam Konsep, Etika, Strategi Dan Implementasi*. Ponorogo: Universitas Darussalam Gontor, 2018.

Kusumaningsih, Sabtarini, Joko Sutopo, and Fenti Nurlaeli. *Buku Panduan Marketplace*. Surabaya: CV. Global Aksara Pres, 2021.

Lestari, Niken Ayu, and Sri Setyo Iriani. "Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Mataharimall.Com." *Jurnal Ilmu Manajemen* 6 (2018). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/22568>.

Marlina, Nanan. *Manajemen Pemasaran*. Bantul: Bening Pustaka, 2022.

Miranina, Zainu Salma. "Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah Iain Kediri Angkatan 2017)." *Skripsi*, IAIN Kediri, 2022.

Mita, Fransisca Desiana Pranatasari, and Kristia. "Analisis Pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan, Dan Ulasan Konsumen Daring Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee." *NOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* 04, no. 4 (2021). <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.204>.

Mulatsih, Retno, Eki Muhammad Zafar, and Sulistyowati. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Pembelian Tiket Transportasi Laut (Studi Kasus Pada KM . Lawit Rute Semarang-Pontianak)." *Jurnal Manajemen dan Organisasi Review (MANOR)* 4, no. 2 (2022). <https://doi.org/10.47354/mjo.v4i2.397>.

Muna, Amalia Izzatul. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Menggunakan Gofood (Studi Pada Mahasiswa IAIN Kediri Angkatan 2019)." *Skripsi*, IAIN Kediri,

2023.

Mustofa, Nur Huri, and Putri Pratiwi Sutrisna. "Pengaruh Harga Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Fesyen Muslim Di Tokopedia Salam Nur." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 2, no. 1 (2023).

Mutaqin, Jaenal. "Pengaruh Harga, Kepercayaan Konsumen, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Tokopedia Di Kecamatan Cimahi Selatan Kota Cimahi." *Skripsi*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Stan - Indonesia Madiri, 2020.

Nisak, Nurun Ni'asarotin. "Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2019)." *Skripsi*, IAIN Kediri, 2023.

Pramarini, Venika Salsabila Ayu, Sumaryanto, and Lamidi. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee." *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce* 3, no. 3 (2024). <https://doi.org/10.30640/digital.v3i3.3244>.

Pratama, Abdul Aziz Nugraha, and Edi Cahyono. *Metodologi Penelitian Bisnis Dengan Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: LaksBang Pressindo, 2021.

Pulungan, Asrina. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan)." *Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, 2021.

Putri Nugraha, Jefri, Dian Alfiah, Gairah Sinulingga, Umi Rojiati, Gazi Saloom, Rosmawati, Fathihani, et al. *Teori Perilaku Perilaku Konsumen*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2021.

Rahayu, Eva Martha. "Ciptakan Pengalaman Belanja Holistik Terbaik, Shopee Raja e-Commerce Indonesia." *Swa.Co.Id*. Diakses melalui <https://swa.co.id/read/447871/ciptakan-pengalaman-belanja-holistik-terbaik-shopee-raja-e-commerce-indonesia>, Pada tanggal 8 April 2025.

RI, Kemenag. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019.

Rukajat, Ajat. *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.

Sari, Devika, and Ainun Mardhiyah. "The Influence of Ease of Use, Service Quality, and Price on Purchasing Decisions in the Goseh Application through Goman's Features as a New Startup in Tanah Karo." *Journal of Finance and Business Digital* 2, no. 3 (2023). <https://doi.org/10.55927/jfbd.v2i3.6326>.

- Sawlandi, Dhiraj Kelly. *Keputusan Pembelian Online*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021.
- Setiyowati, Nanik. “Analisis Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pengguna Shopee Pada Mahasiswa UIN Walisongo Semarang Angkatan 2019-2021).” *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2022.
- Simamora, Atika Mardhiyah, and Syarifah Evi Zuhra. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Tiktok Shop Di Banda Aceh Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen* 8, no. 3 (2023). <http://jim.unsyiah.ac.id/ekm>.
- Sudaryana, Bambang, and Ricky Agusiady. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish, 2022.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta, 2018.
- Sukmana, Mas Mochamad Deden, Sufrin Hannan, and Jan Horas V Purba. “Hubungan Harga Dan Promosi Dengan Keputusan Pembelian Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Di PT Bank Mandiri JAKarta Kota.” *Economicus* 13, no. 1 (2019). <http://dx.doi.org/10.47860/economicus.v13i1.166>.
- Sulistiowati, Tri. “Minat Belanja Online Tinggi, Bisnis E-Commerce Di Indonesia Terus Tumbuh.” *Kontan.Co.Id*. Diakses melalui <https://industri.kontan.co.id/>, pada tanggal 27 Januari 2025.
- Sulistyowati, Yayuk Sri Rahayu, and Chifni Darun Naja. “Penerapan Artificial Intelligence Sebagai Inovasi Di Era Disrupsi Dalam Mengurangi Resiko Lembaga Keuangan Mikro Syariah.” *Wadiah* 7, no. 2 (2023). <https://doi.org/10.30762/wadiah.v7i2.329>.
- Susanto, Nicole Jolie. “Pengaruh Sosial Media Affiliate Marketing Terhadap Willingness To Buy Pada Marketplace Shopee Dengan Subjective Norm Sebagai Variabel Moderasi.” *Jurnal Strategi Pemasaran* 9, no. 2 (2022). <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/13652>.
- Syaparuddin. *Edukasi Ekonomi Islam (Perilaku Konsumen Muslim)*. Yogyakarta: Trust Media Publishing, 2021.
- Syarif, Abdul, and Heru Wijayanto. “Analisis Pengaruh Kemenarikan Desain

Website, Kepercayaan Dan Profesionalisme Terhadap Keputusan Pembelian Online Jasa Aqiqah.” *Ikraith Informatika* 1, no. 2 (2017). <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-informatika/article/view/134>.

Tambing, Trivika, Althon K Pongtuluran, and Chrismesi Pagiu. “Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Toraja.” *Jurnal Bintang Manajemen (JUBIMA)* 1, no. 4 (2023).

Yuliantari, Kartika, Nurvi Oktiani, and Kus Daru Widayati. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2020.

Yustiani, Rini, and Rio Yunanto. “Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi.” *Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika (KOMPUTA)* 6, no. 2 (2017).

Zusrony, Edwin. *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2021.

“Data Pokok Pendidikan.” *Kemdikbud.Go.Id*. Last modified 2024. Accessed November 13, 2024. <https://dapo.kemdikbud.go.id>.

Smkn2kediri. Accessed April 24, 2025. <https://www.smkn2kediri.sch.id/main/about>.

“Shopee.” *Shopee.Co.Id*. <https://careers.shopee.co.id/about>.