

DAFTAR PUSTAKA

- Asyifah, A., Syafi'i, A., Hanipah, H., & Ispiyani, S. (2023). Pengembangan Aplikasi E-Commerce Untuk Peningkatan Penjualan Online. *Action Research Literate*, 7(10), 70–75. <https://doi.org/10.46799/ar.v7i10.18>
- Amarin, S., Wijaksana, T. I., Bisnis, A., & Telkom, U. (2021). Pengaruh Kualitas Sistem , Kualitas Informasi , dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Aplikasi Berrybenka di Kota Bandung). 4(1), 37–52.
- Avifah Nihmatus Solikhah, & Indra Krishernawan. (2022). Pengaruh *Celebrity Endorser*, Daya Tarik Iklan, Dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna E-Commerce Shopee Di Universitas Mayjen Sungkono Mojokerto). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 2(2), 154–166. <https://doi.org/10.55606/jaem.v2i2.220>
- Bintan, C., Harisma, D., Sidanti, H., Citaningtyas, D., & Kadi, A. (2022). Pengaruh media sosial dan *user experience* terhadap keputusan pembelian handphone second di *marketplace facebook* (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Madiun). September.
- Bloom, N., & Reenen, J. Van. (2013). No Title No Title No Title. *NBER Working Papers*, 89. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Darmawan, D., & Putra, A. R. (2022). Pengalaman Pengguna, Keamanan Transaksi, Kemudahan Penggunaan, Kenyamanan, Dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Pembelian *Online* Secara Impulsif. *Relasi : Jurnal Ekonomi*, 18(1), 26–45. <https://doi.org/10.31967/relasi.v18i1.523>
- Darmawan, P. (2022). Strategi Harga Dan Promosi Yang Dilakukan *E- Commerce* Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Bina Manajemen*, 10(2), 64–77. <https://doi.org/10.52859/jbm.v10i2.206>

- Darmoyo, S., & Sustaningrum, R. (2021). Apakah *Gender* Memoderasi Pengaruh *Trust*, Dan *Ease-of-Use* Terhadap *Online Repurchase Intention*? *Prosiding Working Papers Series In Management*, 13(1), 81–91. <https://doi.org/10.25170/wpm.v13i1.81-91>
- Enjelya Peronika Lumban Toruan. (2022). Literature Review Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *E-Commerce*: Bisnis, Internet Dan Teknologi (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi (JEMSI)*, 3(6), 621–628.
- Evan Chandra Kusuma (2019). Pengaruh Nilai Yang Diterima Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan : Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediator Dan *Gender* Sebagai Moderator. *Fakultas ekonomi dan bisnis universitas brawijaya* 2016. 5(1), 1–41.
- Firdaus, M. F., & Himawati, D. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Layanan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen *E-Commerce* Shopee Di Kota Depok. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 27(2), 216–230. <https://doi.org/10.35760/eb.2022.v27i2.5259>
- Galih Dewa Nabilla Hafidh, Jeni Susyanti, & Eris Dianawati. (2023). Pengaruh *Price*, *Service Quality* Dan *Marketing Online* Terhadap Keputusan Pembelian Di *E-Commerce* Shopee (Studi Kasus Pada Kaum Generasi Z Di Kota Malang). *Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 1.
- Gunarso, L. A., & Setiawan, A. (2022). *User Experience* Sebagai Variabel Intervening Dalam *Purchase Decision Making* Model Pengguna Sistem Informasi Penjualan *E-Commerce* Grup Go-To Selama Pandemi Covid-19. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 5(2), 189–209. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v5i2.7905>
- Haenady, F. A., Wahono, B., & Asiyah, S. (2018). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Burger King. *E – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma*, 81–95.

- Hidayat, V. R., & Nuzil, N. R. (2023). Pengaruh *Customer Experience*, *E-service Quality* dan *Customer Engagement* terhadap *Customer Satisfaction* pada Konsumen *Mobile Application E-commerce* Shopee. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, Vol. 2 No, 131–141. <https://jurnal.anfa.co.id/index.php/mufakat/article/view/1073/1045>
- Hidayah, L. R., Rahmadiva, A. S., Shannen, S., & Pratista, T. A. (2022). Peran Maskot Untuk Memperkuat Identitas Visual Brand. *Jurnal VICIDI*, 12(1), 26–36. <https://doi.org/10.37715/vicidi.v12i1.2934>
- Khanifah Nurfaizah (2023). Perilaku Masyarakat Kota Tegal Dalam Memenuhi Kebutuhan Sekunder Perspektif Ekonomi Syariah. *No Title*. 3(2), 6. _
- Laily Bunga Rahayu, E., & Syam, N. (2021). Digitalisasi Aktivitas Jual Beli di Masyarakat: Perspektif Teori Perubahan Sosial. *Ganaya : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 4(2), 672–685. <https://doi.org/10.37329/ganaya.v4i2.1303>
- Lonardi, S., Lan, W. P., Hutabarat, F. A. M., Nugroho, N., & Supriyanto, S. (2021). Peranan Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna *E-commerce* Shopee Di Politeknik Cendana. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 2(3), 80–85. <https://doi.org/10.47065/jbe.v2i3.955>
- Mustakim, S., Ariswandy, D., Junaidi, & Ferdianti, H. (2022). *E-Commerce* Blibli Pada Mahasiswa *Shopping Orientation* , *Purchasing Experience* , and *Price Perception on the Repurchase Intention of Blibli E-Commerce Consumers on Economic Education*. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai*, 8(2), 229–242.
- Mahardika, Y., & Jumhur, H. M. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Pada *E-Commerce* Tokopedia. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 10(2), 401–411. <https://doi.org/10.37606/publik.v10i2.594>
- Nadya Septi Aulia (2021). Analisis Pengaruh *Customer Experience* Terhadap

Keputusan Pembelian Produk Pada *E-Commerce* Shopee. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 7–12.

Nisa, F. K., Viratama, A. B., & Hidayanti, N. (2020). Analisis Pencarian Informasi Remaja Generasi z dalam Proses Pengambilan Keputusan Belanja *Online* (Analisis pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Tidar). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 4(2), 146. <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v4i2.8377>

Oktafani, F., Rubiyanti, R. N., & Saraswati, T. G. (2022). Analisis *Retail Promotional Mix* Dan Pengaruhnya Terhadap *Impuls Buying* Serta Peranan *Gender* Sebagai Moderator Pada *Marketplace* Di Indonesia. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 4(3), 403–412. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i3.2399>

Pangastono, Lie, Stephany Ocliecia (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna *E-Commerce B2c Dan C2c Di Kota Semarang*.

Pebiyanti, E., Fauzi, A., Husniyyah, T., Intan Tasia, S., Sutendi, Z., & Elsa Vitri, A. (2023). Pengaruh Kualitas Informasi, Persepsi Keamanan, dan Persepsi Privasi Terhadap Kepercayaan Pengguna Belanja *Online* (Literature Review). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 4(5), 850–858. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v4i5.1548>

Pertiwi, D., Sejati, F. R., & Prasetianingrum, S. (2020). Analisis Kesuksesan Sistem *E-Commerce* Yang Berpartisipasi Pada Harbolnas Dengan Menggunakan Model Delone & Mclean. *JIMFE (Jurnal Ilmiah ...)*, 6(2), 237–252. <https://www.academia.edu/download/81663836/pdf.pdf>

Purwaningsih, A. G., & Nurhadi. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan Dan *Gender* Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada *E-Commerce* Shopee. *Jurnal Ilmiah STIE MDP*, 10(2), 159–167.

Pebiyanti, E., Fauzi, A., Husniyyah, T., Intan Tasia, S., Sutendi, Z., & Elsa Vitri,

- A. (2023). Pengaruh Kualitas Informasi, Persepsi Keamanan, dan Persepsi Privasi Terhadap Kepercayaan Pengguna Belanja Online (Literature Review). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 4(5), 850–858. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v4i5.1548>
- Rizky Khairunnisa (2022). Pengaruh *consumer traits* dan faktor situasional yang dimoderasi oleh *gender* terhadap *impulsive buying*.
- Rahayu, S. (2021). Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna *E-Commerce* Tokopedia. *Mbia*, 20(1), 40–50. <https://doi.org/10.33557/mbia.v20i1.1271>
- Thorfiani, D., Suarsa, S. H., & Oscar, B. (2021). Teknologi E-commerce dan Pengalaman Konsumen. *Jkbm (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 7(2), 139–148. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v7i2.4623>
- Sumaa, S., Soegoto, A. S., & Samadi, R. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli Di *E-Commerce* Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(4), 304–313. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/36229>
- Sumaryana, F. D., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2023). Analisis pengalaman pengguna pada *E-Commerce* selama promo *Flash Sale* dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. 5(6), 2772–2782.
- Sihombing, P. R., & Arsani, A. M. (2022). Aplikasi *SmartPLS* untuk Pemula (*Issue March*).
- Simangunsong, R., & Morina. (2021). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di *E-Commerce* Shopee Pada Mahasiswa Universitas Hkbp Nommensen Medan. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 1(2), 131–149. <https://doi.org/10.51622/jispol.v1i2.413>
- Yandi, D. R., & Septrizola, W. (2019). Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas

Sistem, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna *E-Commerce* Situs Blibli.Com dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 1(3). <https://doi.org/10.24036/jkmw0279010>

Yulianingtyas, A. R. (2020). Penggunaan *E-Commerce* (Studi Kasus pada Mahasiswa Pengguna Shopee Di Jawa Tengah- DIY). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado the Influence of Brand Image, Promotion and Service Quality on Consumer Purchase Decisions on Tokopedia E-Commerce in Manado. *663 Jurnal EMBA*, 9(2), 663–674.

Wijoyo, A., Nasution, A. S. M., Larasati, D. T., Gustiara, D., & Hilal, W. N. (2023). Upaya Pengembangan Dan Peran Sistem Informasi Manajemen Dalam E-Commerce Shopee. *Bisnis Dan Pendidikan*, 1(2), 1–13. <https://jurnalmahasiswa.com/index.php/teknobis>

Yusabiran, R., Amrina, D. H., Pembangunan, U., & Veteran, N. (2024). *Volume 6 Nomor 1 Maret 2024 Hal 1-11 ISSN : 2503-3093 (online) Strategi Pelaku Umkm Dan Peran Pemerintah Di Era Persaingan Global Dalam Meningkatkan Perekonomian Di Kabupaten Tegal Strategy Of MSMEs Actors And The Role Of Government In The Era Of Global*. 6, 1–13.

Zuhdi, D. A., & Yasya, W. (2023). Pengaruh Kepercayaan dan Pengalaman Pembelian Online terhadap Minat Beli di E-Commerce Shopee. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 261–277. <https://doi.org/10.30596/ji.v7i2.14761>