

DAFTAR PUSTAKA

- Achjari, D. (2000). Potensi Manfaat Dan Problem Di E-Commerce. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 15(3), 388–395.
- Ahdiat, A. (2024). 5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2024/01/15/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>
- Alvinayanti, N. M. A. E., Suardhika, I. N., & Hendrawan, I. G. Y. (2022). Peran Social Media Marketing, Kemudahan Penggunaan, Dan Kualitas Informasi Untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian Online Dalam Era New Normal (Studi Kasus pada E-Commerce Shopee di Kota Denpasar). *Journal Unmas*, 3(3), 736–751. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/value/article/view/5645>
- Anggraini, E., & Yulinda, A. T. (2023). Pengaruh kemudahan aplikasi dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian baju berbelanja online di shopee. *Prosiding Seminar Nasional Business Corporate*, 2(1), 37–45. www.jurnal.umb.ac.id
- Aulia, T., Ahluwalia, L., & Puji, K. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan penggunaan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee di Bandar Lampung. *SMART: Strategy of Management and Accounting through Research and Technology*, 2(2), 58–69. <https://jim.teknokrat.ac.id/index.php/smart/article/view/3665>
- Ayesha, I., Pratama, I. W. A., Hasan, S., Amaliyah, Efendi, N. E., Yusnanto, T., Diwyarthi, N. D. M. S., Utami, R. D., Firdaus, A., Mulyana, M., Fitriana, Norhidayati, & Egim, A. S. (2022). *Digital Marketing: Tinjauan Konseptual* (R. Wujarso (ed.); Edisi pert). PT Global Eksekutif Teknologi.
- Blog.myskill.id. (2024). *Kenali Fitur hingga Kelebihan dan Kekurangan Shopee*. Blog My Skill. [https://blog.myskill.id/istilah-dan-tutorial/kenali-fitur-hingga-kelebihan-dan-kekurangan-shopee/#:~:text=UX Design berikut.,Kelebihan Shopee,minat pembeli untuk segera membeli.](https://blog.myskill.id/istilah-dan-tutorial/kenali-fitur-hingga-kelebihan-dan-kekurangan-shopee/#:~:text=UX%20Design%20berikut%2C,Kelebihan%20Shopee,minat%20pembeli%20untuk%20segera%20membeli.)
- Careers.shopee.co.id. (n.d.). *Tentang Shopee*. Careers.Shopee.Co.Id. Retrieved November 25, 2024, from <https://careers.shopee.co.id/about>
- cyberlabsacademy.co.id. (2024). *Apa saja keuntungan menggunakan Shopee untuk marketing?* Cyberlabsacademy. <https://cyberlabsacademy.co.id/apa-saja-keuntungan-menggunakan-shopee-untuk-marketing/>
- Djakaria, A. Z. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Food Delivery ShopeeFood. *International Journal Administration Business and Organization*, 4(2), 40–49. <https://doi.org/10.61242/ijabo.23.267>
- Erwin, Ardyan, E., Ilyas, A., Ariasih, P. M., Nawir, F., Sovianti, R., Amaral, M. A. L., SEtiawan, Z., Setiono, D., & Munizu, M. (2023). *Digital Marketing : Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5.0 - Google Books* (Efitra & Seprianto (eds.); Edisi Pert). PT Sonpedia Publishing Indonesia.

- Faradila, S. M., Edy, K., & Soeliha, S. (2022). PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SHOPEE PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ABDURACHMAN SALEH SITUBONDO DENGAN MINAT BELI PRODUK FASHION MUSLIM SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 1(2), 256–271.
- Fauziah. (2020). Strategi Komunikasi Bisnis Online Shop “Shopee” Dalam Meningkatkan Penjualan. *JURNAL ABIWARA*, 1(2), 45–53. <https://doi.org/10.35741/issn.0258-2724.56.2.7>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Edisi Pert). Unitomo Press.
- Ismawati, A. (2020). Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Pada Shopee. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01(06), 51–62. <https://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma/article/view/692>
- Jarti, N., Hutabri, E., & Fauzi, R. (2023). *Sistem E-Commerce* (Edisi Pert). EUREKA MEDIA AKSARA, JUNI 2023 ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH NO. 225/JTE/2021 Redaksi:
- Kurniawan, A., & Istiyanto, B. (2021). Pengaruh Media Sosial, Harga, Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online. *JEBDEKER: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digital, Ekonomi Kreatif, Entrepreneur*, 2(1), 10–18. <https://doi.org/10.56456/jebdeker.v2i1.68>
- Kusumaningsih, S., Sutopo, J., & Nurleili, F. (2021). *Buku Panduan Marketplace* (Edisi Pert). CV. Global Aksara Pres.
- Latifah, & Nurmalsari. (2023). PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEPERCAYAAN, DAN KUALITAS INFORMASI APLIKASI E-COMMERCE SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Ekonomi Integra*, 13(1), 52–62.
- Mita, Pranatasari, F. D., & Kristia. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan, dan Ulasan Konsumen Daring Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 548–557. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.204>
- Mundir. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif* (Hasanah Hisbiyatul (ed.); Edisi Pert). STAIN Jember Press.
- Nihayah, N., & Rosyidi, S. (2024). Peran Gaya Hidup, Keragaman Produk, Penetapan Harga, Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Online di Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB Universitas YPPI Rembang). *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 7(1), 329–338. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1458>
- Novitasari, R. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Fitur Tiktok Shop (Studi Kasus Mahasiswa UIN Walisongo Semarang Angkatan 2019-2021). In *Skripsi*. UIN

Walisono Semarang.

- Nuraini. (2022). *Marketplace: Definisi, Kelebihan, Kekurangan, dan Contohnya*. Bisnis.Com.
<https://entrepreneur.bisnis.com/read/20221102/52/1594269/marketplace-definisi-kelebihan-kekurangan-dan-contohnya>
- Nurfaiza, A. (2024). *Inilah Beberapa Kelebihan dan Kekurangan Ecommerce Shopee*. Kelas.Work. <https://kelas.work/blogs/inilah-beberapa-kelebihan-dan-kekurangan-ecommerce-shopee>
- Pramarini, V. S. A., Sumaryanto, & Lamidi. (2024). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Online di E-commerce. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 3(3), 471–483.
- 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. Sidomuncul Kebon Jeruk). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1–15.
- Rafli, L. V. A., Nawangsih, & Ariyono, K. Y. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko rm22store Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Business Management*, 5(1), 71–78.
- Rauf, A., Manullang, S. O., Ardiansyah, T. E., Diba, F., Awaluddin, R., Muniarty, P., Firmansyah, H., Mundzir, A., Manalu, V. G., Depari, G. S., Rahajeng, E., Apriyanti, M. D., Riorini, S. V., & Yahawi, S. H. (2021). *Digital Marketing: Konsep dan Strategi* (Romindo & E. Sudarmanto (eds.); Edisi Pert). Penerbit Insania. <https://doi.org/10.5937/civitas2001052n>
- Rozi, I. A., & Khuzaini. (2021). Pengaruh Harga, Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(5), 1–20.
- S, A. S. K., & Aeni, N. H. K. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Dari Sistem Pemasaran Digital Pada Sebuah Perusahaan Dalam Penjualan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 198–208.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati (ed.); Edisi Pert). KBM Indonesia.
- Sinaga, R. T., Simanihuruk, P., & Tamba, D. (2023). PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PRODUK, KUALITAS INFORMASI, DAN KEMUDAHAN TRANSAKSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHIONONLINE DI MEDAN MELALUI APLIKASI SHOPEE (Studi Kasus : Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen Unika Santo Thomas). *Kumpulan Karya Ilmiah Manajemen*, 2(2), 221–235.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Sutopo (ed.); Edisi Pert). ALVABETA CV.

- Susanto, D., Fadhilah, M., & Udayana, I. B. N. (2023). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Study Kasus Pada Konsumen Shopee Di Yogyakarta) Dedek. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 3(2), 279–287.
- Syuhada, R. (2022). *Profil, Sejarah & Struktur Organisasi Perusahaan Shopee*. Lifehacks.Id. <https://lifehacks.id/struktur-organisasi-perusahaan-shopee/>
- Ulfami, P., & Saino. (2020). Pengaruh desain produk, keragaman produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pada online shop giyomi melalui shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 08(01), 702–708.
- Virmawati, I. W. (2019). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Satya Negara Indonesia Kampus A)*. Universitas Satya Negara Indonesia.
- Widodo, S., Ladyani, F., Asrianto, O. La, Rusdi, Khairunnisa, Lestari, S. M. P., Wijayanti, D. R., Devriany, A., Hidayat, A., Dalfian, Nurcahyani, S., Sjahriani, T., Armi, Widya, N., & Rogayah. (2023). *Buku Ajar Metode Penelitian*. CV Science Techno Direct.
- Wulansari, D. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 1(1), 78–89. <https://doi.org/10.54066/jmbe-itb.v1i1.60>
- Yunitasari, S., Sari, M. I., & Rahayu, J. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Informasi, E-Wom Dan Subsidi Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Growth*, 20(1), 229–236. <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v20i2.1955>
- Zubaidah, I., & Latief, M. J. (2022). Analisis Proses Pengambilan Keputusan Konsumen E-commerce Shopee di Lingkungan RT08/RW10 Srimur Bekasi. *Jurnal EMT KITA*, 6. <http://journal.lembagakita.org/index.php/emt/article/view/674>