

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda Putri Fauziah, & Natasya Diva Naomi. (2022). FENOMENA BELANJA ONLINE : KASUS PENGGUNA FITUR SHOPEE PAYLATER. *Saskara : Indonesian Journal of Society Studies*, 2(2).<https://doi.org/10.21009/saskara.022.03>
- Malik, R. A., Anubhakti, D., & Putra, B. C. (2022). ANALISA DAN DESAIN SISTEM INFORMASI PENJUALAN BERBASIS WEB DENGAN BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) PADA IRFANA BATIK TENUN. *IDEALIS : InDonEsiA Journal Information System*, 5(1). <https://doi.org/10.36080/idealis.v5i1.2884>
- Maulidya, A. A. Z., Arsyad, M. Z., Sudarmiatin., & Supeno, B. (2022). E Commerce Dalam Pengembangan Bisnis: A Bibliomatrik Study. *Hospitality*, 11(1).
- Neni Sumarni, Syifa Pramudita Faddila, & Robby Fauji. (2020). Perilaku Belanja Online Pada Ibu Rumah Tangga Disaat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga Di Anjun Karawang). *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 6(1), 1–22. <https://doi.org/10.36805/manajemen.v6i2.1186>
- Raharja, M. F., & Evi Yuliana, M. (2022). Teknologi Informasi Sebagai Sarana Komunikasi Penjual Kepada Pembeli Di Platform E-Commerce. *Jurnal Ekonomi, Teknologi Dan Bisnis (JETBIS)*, 1(3). <https://doi.org/10.57185/jetbis.v1i3.17>
- Tomy Novrian Rahmat Rizaldi, S. (2020). Pengaruh Orientasi Belanja dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Perilaku Belanja Online. *FRIMA: Festival Riset Ilmiah Manajemen & Akuntansi*, 3.
- Yeon, J., Park, I., & Lee, D. (2019). What creates trust and who gets loyalty in social commerce? *Journal of Retailing and Consumer Services*, 50(May), 138–144. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.05.009>
- Albab, F. U. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan Tahun 2017). *Skripsi*.
- Humairoh, O., & Hartono, D. (2022). Konsumen di Marketplace Shopee Pada Masa New Normal (Studi Kasus Pada Konsumen Shopee Indonesia di Kota Tangerang). *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 2(1), 161–171.
- Ichsan, M. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Beli Secara Online melalui. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7, 1623–1630.
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV . Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering*, 5(1), 19–28.
- Jurnal, J., Rahmawati, V. E., & Surjanti, J. (2021). Analisis Faktor Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Produk Fashion Saat Pandemi Pada Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 4, 11–18. <https://doi.org/10.26858/jekpend.v4i2.21122>
- Pratiwi, L. A. S. (2023). Pengaruh Konformitas, Kualitas Informasi, dan Sikap Hedonisme terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna E-commerce (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Shopee Kota Bekasi).
- Raharja, M. F., & Evi Yuliana, M. (2022). Teknologi Informasi Sebagai Sarana Komunikasi

Penjual Kepada Pembeli di *Platform E-Commerce*. Jurnal Ekonomi, Teknologi Dan Bisnis (JETBIS), 1(3). <https://doi.org/10.57185/jetbis.v1i3.17>.

Rahayu, L. P., & Susanti, A. (2022). 1279-Article Text-4465-3-10-20220227.

Ekuitas, 3(3). Rizali, T. N. R., & . S. (2022). Pengaruh Orientasi Belanja dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Perilaku Belanja Online. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 3. <https://doi.org/10.55916/frima.v0i3.300>.

Shavitri, A. (2020). Analisis Perilaku Belanja Online pada Kalangan Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UMP Purwokerto). *Skripsi, IAIN Ponorogo*.

