

DAFTAR PUSTAKA

- Alghifari, Aruf Yusuf, dan Tri Septin Muji Rahayu. “Pengaruh Diskon, Kualitas Website, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee: Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto.” *Jurnal Manajemen* Vol. 15, no. 2 (2021): 223–236.
- Anam, Khoirul. “Peta Persaingan E-Commerce 2023, UMKM Banyak Merapat Kemana?” *CNBC Indonesia*. Last modified 2024. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20240118010809-37-506783/peta-persaingan-e-commerce-2023-umkm-banyak-merapat-kemana>.
- Ardila, dan Saino. “Pengaruh e-service quality, live streaming shopping dan flash sale terhadap keputusan pembelian produk fashion pada platform Shopee.” *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis* Vol. 7, no. 2 (2024): 343–356.
- Arfah, Yenni. *Keputusan Pembelian Produk*. Diedit oleh Bincar Nasution. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional, 2022.
- Darma, Budi. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS: (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Bogor: Guepedia, 2021.
- Darmawan, Deni. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013.
- Djaali. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Diedit oleh Bunga Sari Fatmawati. Jakarta Timur: Bumi Aksara, 2020.
- Elfera, Syahedah Soeci, Dadang Sugiana, Iriana Bakti, dan Universitas Padjadjaran Bandung. “Pengaruh Iklan Live Streaming Shopee terhadap Keputusan Pembelian Dimoderasi oleh Sikap.” *Jurnal Riset Komunikasi* Vol. 7, no. 2 (2024): 176–187.
- Fatimah, N. *Tinjauan Fatwa DSN-MUI NO.117/DSN-MUI/II/2018 terhadap Praktik Pembayaran Produk secara Kredit menggunakan Fitur Pembayaran Shopee PayLater pada Aplikasi Shopee*. Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati, 2021.
- Febriyanti, Alviyani, dan Ina Ratnasari. “Pengaruh Live Streaming, Online Customer Review dan Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Scarlett Whitening di Tiktok Shop.” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* Vol. 10, no. 4 (2024): 50–57.
- Gunawan, Didik. *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional, 2022.
- Gunawan, Didik, Aiga Dwi Pratiwi, Yenni Arfah, dan Bobby Hartanto. *Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing*. Padang: PT Inovasi

Pratama Internasional, 2022.

Gusti, Fuji Mahayati, Nizar Alam Hamdani, dan Rohimat Nurhasan. “Persepsi Risiko dan Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion secara Online.” *Jurnal Wacana Ekonomi* Vol. 20, no. 2 (2021): 095.

Handayani, Nugrah Leksono Putri. “E-Commerce Sebagai Penunjang Ekonomi Digital di Jawa Tengah.” *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan* Vol. 2, no. 1 (2022).

Harahap, M Guffar, Yuwan Ditra Krahara, Lisa Jolanda Catherine Polimpung, E Fikriando, H Siddiqa, M Annas, dan K R Rachmadi. *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik*. Serang: Sada Kurnia Pustaka, 2024.

Harmoko, Ismail Kilwalaga, Asnah, Siti Rahmi, Vera Selviana Adoe, Dyanasari, dan Faula Arina. *Buku Ajar Metodologi Penelitian*. Bandung: Feniks Muda Sejahtera, 2022.

Hartanto, Bobby, dan Leni Indriyani. *Minat Beli di Marketplace Shopee*. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional, 2022.

Harto, Rahmad Budi, dan Zainul Munir. “Analisis Kepercayaan, Persepsi Risiko, dan Keamanan terhadap Minat Beli Konsumen pada Situs Jual Beli Shopee.” *Jurnal Sistem Informasi dan Manajemen* Vol. 9, no. 1 (2021).

Haryani, Dwi Septi. “Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian Online di Tanjungpinang.” *Jurnal Dimensi* Vol. 8, no. 2 (2019): 198–209.

Hermawan, Asep. *Penelitian Bisnis - Paragidma Kuantitatif*. Jakarta: Grasindo, 2005.

Ibrahim, Muhammad, Hudyah Astuti Sudirman, dan Marsha Anindita. “Pengaruh Live Streaming Tiktok Dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Di Kota Samarinda.” *Journal of Social Science Research* Vol. 4, no. 4 (2024): 9622–9634.

Ikhsani, Khilyatin., Christina Catur Widayati, dan Nur Endah Retno Wuryandari. “Kepercayaan Merek Terhadap Niat Beli Pasca Covid-19.” *Jurnal Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Kewirausahaan* Vol. 1, no. 1 (2021): 81–90.

Islamiati, Dewi Rahayu, Feni Trihidayani, Muhamad Azhari, Muhammad Badri, Fitriah Nenden, Qori Aliffiani, Robby Firliandoko, Siti Nurul Hikmah, dan Siti Salwa Maulidina. “Pengaruh E-commerce Shopee Terhadap Kepercayaan Konsumen.” *Karimah Tauhid* Vol. 2, no. 4 (2023).

Ismail, Fajri. *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Kencana, 2018.

Istiqomah, Zainul Hidayat, dan Ainun Jariah. “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Iklan dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian di situs Shopee di Kota Lumajang.” *Jurnal Progress Conference* Vol. 2 (2019): 557–563.

- Kurniawan, Henry, Gusti Rusmayadi, Komang Ayu Henny Achjar, P Merliza, D Suprayitno, A Subiyantoro, Y Kusumastuti, H Heirunissa, T A Nengsih, dan I M Hutabarat. *Buku Ajar Statistika Dasar*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.
- Marlius, Doni. “Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis dan Bauran Pemasaran PT. Intercom Mobilindo Padang.” *Jurnal Pundi* Vol. 1, no. 1 (2017): 2–4.
- Misbahuddin, dan Iqbal Hasan. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik (Edisi Kedua)*. Diedit oleh Suryani. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2022.
- Mulyana, Asep, Endang Susilawati, Yuniati Fransisca, M Arismawati, F Madrapriya, D T O Phety, A H Putranto, E Fajriyah, R Kurniawan, dan Y N Asri. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Makassar: TOHAR MEDIA, 2024.
- Mulyati, Ely, M. Rosihan Arsyad, Suryaningsih, Sri Maryati, Leni Gustina, P Junianto, K Helencia, L P Widayanti, H Hwihanus, dan L.O.M.N. Arsyad. *Pengantar SPSS: Teori, Implementasi dan Interpretasi*. Padang: CV. Gita Lentera, 2024.
- Mulyono, Sri, Muhamad Rizki Alsandi, dan Atikah Sulistiyan. “Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Bukalapak.” *Journal of Islamic Business Management Studies (JIBMS)* Vol. 3, no. 1 (2022).
- Mutmainna, Aisyah Nursyiam, A. M. irfan Taufan Afsar, A. M. Iqbal Akbar Asfar, Andi Nurannisa, Sukmawati, dan Rasmiati. *Tradisi Mappaenre Bunge dalam Perspektif Agama dan Kesehatan*. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2024.
- Nasution, Siti Lam’ah, Christine Herawati Limbong, dan Denny Ammari Ramadhan. “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)* Vol. 7, no. 1 (2020): 43–53.
- Nurhasanah, Siti. *Statistika Pendidikan: Teori, Aplikasi, dan Kasus*. Edisi 2. Jakarta Selatan: Penerbit Salemba, 2023.
- Okaviantari, Kadek Ayu Riza, Ni Wayan Ekawati, Ni Nyoman Kerti Yasa, dan I Gusti Agung Ketut Gede Suasana. *Persepsi Risiko & Pengetahuan Produk untuk Membangun Sikap Positif dan Niat Beli: Konsep dan Aplikasi*. Cilacap: Media Pustaka Indo, 2023.
- Prasetyo, Sofyan Mufti, Rehan Gustiawan, Faarhat, dan Fabian Rizzel Albani. “Analisis Pertumbuhan Pengguna Internet Di Indonesia.” *Jurnal Buletin Ilmiah Ilmu Komputer dan Multimedia* Vol. 2, no. 1 (2024): 65–71.
- Pratama, Bobby Esa. *Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Informasi, dan Persepsi*

- Risiko Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee (Studi kasus Pada Masyarakat Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis). Dalam Skripsi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau., 2019.*
- Priyatno, Duwi. *Olah Data Sendiri Analisis Regresi Linier Dengan SPSS Dan Analisis Regresi Data Panel Dengan Eviews*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2023.
- Purnomo, Nanto, dan Dyeo Setya Arwana. “Pengaruh Live Streaming Selling, Diskon, Gratis Ongkir dan Cash on Delivery terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee.” *Journal of Business, Management and Accounting* Vol. 5, no. 2 (2024): 1129–1144.
- Purwanza, Sena Wahyu, Aditya Wardhana, Ainul Mufidah, Yuniarti Reny Renggo, Adrianus Kabubu Hudang, Jan Setiawan, Darwin, et al. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2022.
- Rahmawati, Ita, Lailatus Sa’adah, dan Nur Amalia. *Faktor Diskon, Bonus Pack dan In Store Display serta Pengaruhnya terhadap Pembelan Impulsif*. Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2020.
- Ramadhan, Ilham. *Pengaruh Live Streaming dan Diskon terhadap Minat Beli Konsumen Shopee pada Mahasiswa Universitas Jambi*. Jambi: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2024.
- Rizky, Susi Nurul, Siti Sarah, dan Fanji Wijaya Fanji. “Pengaruh Flash Sale, Gratis Ongkos Kirim, dan Live Streaming terhadap Impulsive Buying pada pengguna Shopee.” *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis* Vol. 5, no. 1 (2024): 83–99.
- Roesminingsih, MV, Monica Widyaswari, R J Rosyanafi, dan F Zakariyah. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Madiun: Bayfa Cendekia Indonesia, 2024.
- Roflin, Eddy, Iche Andriyani Liberty, dan Pariyana. *Populasi, Sampel, Variabel dalam Penelitian Kedokteran*. Pekalongan: Penerbit NEM, 2021.
- Rolianah, Wiwik Saidatur, Nurul Istifadhoh, Hafidhotul Mufidah, dan Irdatul Wardah. *Monograf Perbankan Syariah*. Bogor: Guepedia, 2021.
- Rudini, Ahmad, dan Rizal Azmi. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Manajemen Pendekatan Kuantitatif*. Malang: AE Publishing, 2023.
- Sahir, Syafrida Hafni. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2021.
- Saleh, Muhammad Yusuf, dan Miah Said. *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies*. Diedit oleh Sobrin. CV Sah Media. 1. Makassar: SAH Media, 2018.
- Salsabila, Hana Zahra, Susanto Susanto, dan Lusiana Tria Hatmanti Hutami. “Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap

- Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* Vol. 9, no. 1 (2021): 87–96.
- Samsiyah, Siti, Nashrudin Latif, Chindi Dwi Aprilia, Arrafi Rahmad Auliansyah, Gita Raditya, Mareth Zukar, dan Nadiva Tri Adella S. *Perilaku Konsumen*. Diedit oleh Agisni Sofatunisa. Sumedang: Mega Press Nusantara, 2023.
- Saputri, Nur Endah, Haikal Aryandito, dan Dwi Nurdani K.R. *Monograf Fruit Set Tandan Buah Segar Kelapa Sawit terhadap Oil Extraction Rate*. Pekalongan: Penerbit NEM, 2024.
- Septiyani, dan Effed Darta Hadi. “Pengaruh Flash Sale, Live Streaming Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying (Study Pembelian Produk Berrybenka Pada Pengguna Aplikasi Shopee).” *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* Vol. 7, no. 1 (2024): 970–980.
- Sinulingga, Nora Anisa Br., dan Hengki Tamando Sihotang. *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori*. Diedit oleh Demita Sihotang. Sumatera Utara: IOCS Publisher, 2023.
- Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Suhyar, Salsabila Vania, dan Sri Astuti Pratminingsih. “Pengaruh Live Streaming dan Trust terhadap Impulsive Buying dalam Pembelian Produk Skincare Skintific.” *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4, no. 2 (2023).
- Susanti, Febsri, dan Chintya Mulyani. “Pengaruh Kepercayaan, Iklan, Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Di Situs Shopee Pada Konsumen Kelurahan Lubuk Buaya.” *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan* Vol. 2, no. 2 (2022): 1155–1171.
- Talunohi, Hartati, Wan Laura Hardilawati, Khusnul Fikri, Musthafa Luthfi, Erny Melina, dan Laila Farhat. “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee di Pekanbaru.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa: Merdeka EMBA* Vol. 1, no. 1 (2022): 24–34.
- Tusyanah. *Eksplorasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Adopsi Transaksi Nontunai dengan Model UTAUT pada Generasi Milenial*. Pasuruan: Penerbit Qiara Media, 2022.
- Utama, Andyan Pradipta. *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Ruang Lingkup*. Diedit oleh Nia Duniawati. Indramayu: Penerbit Adab, 2023.
- Vania, Amelindha, Rahmat Aji Nuryakin, Fernando Fasandra, Azzatillah, Danny Hidayat, Nur Laili Fikriah, Siska Jeanete Saununu, Ani Solihat, Hermanto, dan Siska Mitria Nova. *Perilaku Konsumen*. Padang: CV. Gita Lentera, 2024.
- Vindy Zalfa, Khairina, Lilik Indayani, dan Supardi. “Analisis Live Streaming, Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Dan Affiliate MarkeAng Terhadap

- Keputusan Pembelian Produk Trend Fashion Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pengguna Shopee).” *Management Studies and Entrepreneurship Journal* Vol. 5, no. 1 (2024): 1291–1305.
- Wati, Vera, dan Nadi Fikri Rijali. “Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee oleh Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Tabalong.” *Jurnal Administrasi Publik dan Administrasi Bisnis* Vol. 7, no. 2 (2024): 1969–1982.
- Wibisono, Dwiyanto Rizky. “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian Online pada Shopee.” *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Putra Bangsa Kebumen* (2021).
- Wijaya, Rahmad, Imania Djati Yuliana, Yulist Rima Fiandari, Ardik Praharjo, dan Luqman Dzul Hilmi. *Mengulik Bisnis Transmart Carrefour*. Malang: Pustaka Peradaban, 2022.
- Yanti, Rini, Ilis Suryani, dan Ilyananda Putri. *Buku Ajar Statistik dan Probabilitas Dasar*. Diedit oleh Rahayu Mayang Sari. Payakumbuh: Serasi Media Teknologi, 2024.
- Yulyta Hartaty, Rully, Indah Yuni Astuti, Angga Permana Mahaputra, Prodi Manajemen, Universitas Islam Kadiri Jl Sersan Suharmaji No, Kec Kota, Kota Kediri, dan Jawa Timur. “Pengaruh Live Streaming Shopping dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Shopee (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kadiri).” *Neraca Manajemen, Ekonomi* Vol. 5, no. 6 (2024).
- Zulfa, Denada, Terrisa, Nabila Anwar, dan Septi Riananda. “Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Thrifting di Toko Online.” *IME: Inovasi Makro Ekonomi* 6, no. 3 (2024).
- Al-Quran dan Terjemahannya, edisi Kementerian Agama. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran, 2015.
- “Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.” Diakses Maret 5, 2025. febi.uinsatu.ac.id.
- “PT Shopee International Indonesia.” Diakses Februari 28, 2025. ecc.co.id.