

## DAFTAR PUSTAKA

- Ernawati, E., & Bowo, P. A. (2019). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Belanja Online Peserta Didik. *Economic Education Analysis Journal*, 8(1), 242-256.
- Farida H. (2019). Bisnis Online Indonesia Menarik Minat Kalangan Muda. *Bisnis Corporate*, 4(1).
- Hanim, L. (2011). Pengaruh Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Keabsahan Perjanjian Dalam Perdagangan Secara Elektronik (e-Commerce) Di Era Globalisasi. *Jurnal Dinamika Hukum*, 11, 56-66.
- Hanum, N. (2017). Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Samudra Di Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 1(2), 107-116.
- Harahap, D. A. (2018). Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus. *Jrmsi-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(2), 193-213.
- Hatta, H., & Khoirunnisa, S. (2020). Iklan Online Dian Sastro Terhadap Minat Beli Pelanggan Di Bukalapak (Promo Setiap Tanggal Kembar 12-12). *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)*, 3(1).
- Herdansyah, D. (2015). Bisnis Toko Online. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 4(1), 1-14.
- Jumati, L. (2020). Konstruksi Sosial Hari Valentine Bagi Pemuda Muslim: Studi Etnografi Virtual Pengguna Tagar# Tolakvalentineday Di Instagram. Skripsi. Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. UIN Sunan Ampel Surabaya. Surabaya.
- Limanto, L., Prayanto, W. H., & Yudani, H. D. (2015). Perancangan Media Pembelajaran Interaktif tentang Pengenalan Hari-Hari Perayaan Nasional yang Bukan Merupakan Hari Libur. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(6). 13.
- Mulyadi, M. (2011). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 15(1), 128-137.

- Mumtaha, H. A., & Khoiri, H. A. (2019). Analisis Dampak Perkembangan Revolusi Industri 4.0 Dan Society 5.0 Pada Perilaku Masyarakat Ekonomi (E-Commerce). *Jurnal Pilar Teknologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Ilmu Teknik*, 4(2).
- Ngafifi, M. (2014). Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi Dan Aplikasi*, 2(1).
- Nikmah, F. (2017). Kajian Tentang Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Peluang Bisnis. *Adbis: Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 11(1), 47-56.
- Periamsyah, P., Subhan, S., & Syahab, A. (2018, July). Analisis Sistem E-Commerce Pada Perusahaan Marketplace Mobile Shopee Indonesia. In *Proceeding Seminar Nasional Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi* (Vol. 1, No. 1, Pp. 565-569).
- Prajitno, S. B. (2013). Metodologi Penelitian Kuantitatif. *Jurnal. Bandung: Uin Sunan Gunung Djati.*(Tersedia Di <Http://Komunikasi.Uinsgd.Ac.Id>).
- Pratama, A. P., & Yoedtadi, M. G. (2020). Pengaruh Diskon 9.9 Super Shopping Day Shopee terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Shopee. *Prologia*, 5(1), 204-209.
- Pratama, G. (2020). Analisis Transaksi Jual Beli online Melalui Website Marketplace Shopee Menurut Konsep Bisnis di Masa Pandemic Covid 19. *Ecopreneur: Jurnal Program Studi Ekonomi Syariah*, 1(2), 21-34.
- Raco, J. (2018). Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik Dan Keunggulannya.
- Rahmi, A., & Yogia, M. A. (2015). Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dikalangan Mahasiswa. *Valuta*, 1(1), 149-172.
- Ridwan, M. (2018). *Keputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Lazada Di Medan)*” (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Rizki, A. G., Hidayat, K., & Rahma Devita, L. D. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada e-Commerce Shopee Indonesia (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi

Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 Dan 2016/2017 Yang Membeli Barang Secara Online Di e-Commerce). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 72(2), 49-56.

Rohimah, A. (2019). Era Digitalisasi Media Pemasaran Online Dalam Gugurnya Pasar Ritel Konvensional. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 91-100.

Safitri, L. A., & Dewa, C. B. (2020). Analisa Pengaruh Masa New Normal Pada Penjualan Online Melalui E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 22(2), 117-125.

Sarastuti, D. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim Queenova. *Visi Komunikasi*, 16(01), 71-90.

Shafinazh, N. (2020). Pengaruh Promo Shopee “Tanggal-Tanggal Istimewa” Terhadap Minat Beli Mahasiswa. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Sumatera Utara. Medan.

Wahyudi, H. S., & Sukmasari, M. P. (2014). Teknologi Dan Kehidupan Masyarakat. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 3(1).

Wahyuni, R. S., & Setyawati, H. A. (2020). Pengaruh Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (Jimmba)*, 2(2), 144-154.

Widagdo, P. B. (2016). Perkembangan Electronic Commerce (E-Commerce) Di Indonesia. *Researchgate. Net*, 1-10.

Widyanita, F. A. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan e-Commerce Shopee Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia Pada Mahasiswa Fe Uii Pengguna Shopee.

### **Pustaka Laman**

Careers.shopee.co.id “Shopee Karir” diakses dari <https://careers.shopee.co.id/about/> pada 19/03/2021, pukul 8:16.

Help.shopee.co.id “Metode Pembayaran Apa Saja Yang Dapat Digunakan Di Shopee?” diakses dari

<https://help.shopee.co.id/s/article/Metode-pembayaran-apa-saja-yang-dapat-digunakan-di-Shopee> pada 22/03/2021, pukul 8:19.

<https://shopee.co.id/> diakses pada 05/04/2021, pukul 8:42.

<https://shopee.co.id/m/gratis-ongkir> diakses pada 05/04/2021, pukul 11:01.

id.m.wikipedia.org “eBay” diakses dari

<https://id.wikipedia.org/wiki/EBay> pada 27/03/2021, pukul 9:05.

id.wikipedia.org “Alibaba Group” diakses dari

[https://id.wikipedia.org/wiki/Alibaba\\_Group](https://id.wikipedia.org/wiki/Alibaba_Group) pada 05/04/2021, pukul 8:13.

Shopee.co.id “Shopee Affiliates Program” diakses dari

<https://shopee.co.id/m/gabungkol-affiliate-185#lain> pada 19/03/2021, pukul 9:00.

Shopee.co.id “Shopee Share” diakses dari

<https://shopee.co.id/m/shopee-share> pada 19/03/2021, pukul 9:15.