

DAFTAR PUSTAKA

- Aco, A., & Endang, H. (2017). Analisis Bisnis *E-Commerce* pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. *Jurnal INSYPRO (Information System and Processing)*, 2(1).
- Adha, S. (2022). Faktor revolusi perilaku konsumen era digital: sebuah tinjauan literatur. *Jipis*, 31(2), 134-148.
- Agustina, L., Fayardi, A. O., & Irwansyah, I. (2018). *Online Review: Indikator Penilaian Kredibilitas Online dalam Platform E-Commerce*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(2), 141-154.
- Amalia, R. J. (2022). Analisis perilaku konsumtif dan daya beli konsumen terhadap belanja *online* di masa pandemi COVID-19. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1), 1-16.
- Amory, J. D. S., & Mudo, M. (2025). Transformasi ekonomi digital dan evolusi pola konsumsi: Tinjauan literatur tentang perubahan perilaku belanja di era internet. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 28-37.
- Ardani, W. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 40-47.
- Balaka, M. Y. (2022). Metodologi penelitian kuantitatif.
- Budhi, G. S. (2016). Analisis Sistem *E-Commerce* Pada Perusahaan Jual-Beli *Online* Lazada Indonesia. *Elinvo (Electronics, Informatics, and Vocational Education)*, 1(2), 78-83.
- Dewi, D. S. (2020). *Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Para Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus di Desa Tanggul Angin Kecamatan Punggur)* (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Dewi, M. R., Setyaningrum, I., Ariani, M., Pramana, B. B. A., & Theterissa, L. (2023). Transformasi Perilaku Konsumen Di Era Digital: Studi Dan Implikasi UMKM Sambal Dede Satoe. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 10(3), 1789-1795.

- Farahdiba, D. (2020). Konsep dan strategi komunikasi pemasaran: perubahan perilaku konsumen menuju era disrupsi. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(1), 22-38.
- Firmansyah, A. (2017). Kajian kendala implementasi *E-Commerce* di Indonesia. *Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi*, 8(2), 127-136.
- Hadiono, K., & Santi, R. C. N. (2020). Menyongsong Transformasi Digital.
- Hakim, L. (2019). Pelatihan Pemasaran *Online* Berbasis *Marketplace* Bagi UMKM Dalam Merespon Perubahan Perilaku Konsumen. *LOYALITAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 74-91.
- Haryono, E. (2023). Metodologi Penelitian Kualitatif Di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam. *An-Nuur*, 13(2).
- Hasan, M., Harahap, T. K., Hasibuan, S., Rodliyah, I., Thalhah, S. Z., Rakhman, C. U., ... & Arisah, N. (2023). Metode penelitian kualitatif. *Penerbit Tahta Media*.
- Hermawan, E. (2023). Competitive strategy, competitive advantages, dan marketing performance pada *E-Commerce* Shopee Indonesia. *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta*, 1(1), 1-13.
- Makbul, M. (2021). Metode pengumpulan data dan instrumen penelitian.
- Maulana, S. M., & Susilo, H. (2015). Implementasi *E-Commerce* sebagai media penjualan *online*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1).
- Ngongo, V. L., Hidayat, T., & Wiyanto, W. (2019, July). Pendidikan di era digital. In *Prosiding Seminar Nasional Program Pascasarjana Universitas PGRI Palembang*.
- Purwati, R., Pristiyono, P., & Halim, A. (2023). Analisis Perilaku Konsumtif Terhadap Belanja Online sebagai Kebutuhan atautkah Gaya Hidup. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(2), 2152-2166.
- Oktavenus, R. (2019). Analisis Pengaruh Transformasi Digital dan Pola Perilaku Konsumen Terhadap Perubahan Bisnis Model Perusahaan di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(5), 44-48.
- Pradana, M. (2015). Klasifikasi jenis-jenis bisnis *E-Commerce* di Indonesia. *Neo-Bis*, 9(2), 32-40.

- Rahmat, P. S. (2019). Fenomena Cara Belanja *Online Shop* Di Kalangan Mahasiswa (Studi Kasus: Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi UNIKU). *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 16(01), 82-91.
- Razak, M. (2016). Perilaku konsumen.
- Rusli, M. (2021). Merancang penelitian kualitatif dasar/deskriptif dan studi kasus. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2(1), 48-60.
- Saadah, M., Prasetyo, Y. C., & Rahmayati, G. T. (2022). Strategi Dalam Menjaga Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif. *Al-'Adad: Jurnal Tadris Matematika*, 1(2), 54-64.
- Salsabilla, R. D., Anggraini, S., & Manshur, A. L. (2023, November). Pemanfaatan Diskon Besar Dalam *E-Commerce* Bagi Mahasiswa. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)* (Vol. 2, pp. 1380-1389).
- Septiansari, D., & Handayani, T. (2021). Pengaruh belanja *online* terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa di masa pandemi covid-19. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi, Wonosobo: UNMUH Prof. Dr. Hamka (UHAMKA)*, 5.
- Sudrajat, A., & Ant, S. (2016). Fenomena perilaku belanja *online* sebagai alternatif pilihan konsumsi di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Surabaya. *Paradigma*, 4(03).
- Trulline, P. (2021). Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan *E-Commerce*. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 259.
- Wirawan, Y. R., Berlianantiya, M., & Sari, N. E. (2022). *E-Commerce* Menumbuhkan Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas PGRI Madiun. *JPEKBM (Jurnal Pendidikan Ekonomi, Kewirausahaan, Bisnis dan Manajemen)*, 6(1), 018-023.
- Wiwin, W., & Firmanto, A. D. (2021). Konstruksi model spiritualitas pastoral bagi katekis di era digital. *Jurnal Penelitian Pendidikan Agama Katolik*, 1(2), 125-137.
- Zulfa, L., & Hidayati, R. (2018). Analisis pengaruh persepsi risiko, kualitas situs web, dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen

E-Commerce Shopee Di Kota Semarang. Diponegoro Journal of Management, 7(3), 1-11.

Zusrony, E. (2021). Perilaku Konsumen Di Era Modern. *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik, 1-159.*