

DAFTAR PUSTAKA

- bistara, S. rama ., & Sholahuddin, M. . (2023). Pengaruh Iklan Media Sosial terhadap *Purchase Intention* dengan *Brand Image* sebagai Variabel Mediasi. *Journal of Tax and Business*, 4(1), 79–92. <https://doi.org/10.55336/jpb.v4i1.80>
- Reza, M. H., & Suastrini, F. (2023). Pengambilan Keputusan Pembelian dengan Penggunaan Fasilitas Pembayaran Non Tunai Dalam Transaksi *E-Commerce* pada Generasi Z . *Valid: Jurnal Ilmiah*, 21(1), 85–96. <https://doi.org/10.53512/valid.v21i1.367>
- Richadinata, K. R. P., & Astitiani, N. L. P. S. (2021). *Pengaruh iklan sosial media terhadap keputusan pembelian konsumen di lingkungan Universitas Bali Internasional* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). *Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. Business horizons*, 54(3), 241-251.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). *Pearson Education*.
- Hanum, H., & Wiwoho, G. (2023). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Online: Studi pada Pengguna *Shopee* di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*, 5(4), 465-480.

- Nurchayati, N., Kristanto, A., Prasetyo, H. E., & Ikut, C. I. (2025). Pengaruh Promosi, Kemudahan Transaksi dan Kepercayaan Pada Pengguna *Shopee Paylater* Terhadap Keputusan Pembelian. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 8(1), 62-73.
- Jamaludin, A., Widiarto, T., Mashita, J., & Aldi, M. (2023). Pengaruh Kecepatan Pengiriman dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen PT Sicepat Ekspres Jatisampurna Bekasi. *Sosio E-Kons*, 15(3), 275-284.
- Sulaiman Munief, A. (2020). *Pengaruh Kecepatan Pelayanan, Kepercayaan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di situs Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pancasakti Tegal* (Doctoral dissertation, Universitas Pancasakti Tegal).
- Ghozali, I. (2016) Aplikasi Analisis *Multivariate* Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jecky, J., & Erdiansyah, R. (2021). Pengaruh iklan media sosial dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian. *Prologia*, 5(2), 307.
- Yotan, Y., Tampi, J. R., & Walangitan, O. F. (2022). Pengaruh Kemudahan Transaksi dan Nilai Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee pada Mahasiswa Fisip Unsrat. *Productivity*, 3(6), 547-553.

- Adhitya, W. R., & Fauziah, A. (2023). Pengaruh Kemudahan Transaksi, Keamanan Transaksi, Dan Kualitas Pelayanan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Potensi Utama). *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(1), 178-189.
- Trianti, I. (2021). Pengaruh Kemudahan Transaksi, Keamanan Transaksi, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Di *Shopee* Pada Mahasiswa Universitas Potensi Utama Medan.
- Oktaviano, A., & Gustino, A. (2023). Pengaruh Program Promosi dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus: Layanan Pesan Antar Makanan Aplikasi *ShopeeFood* di Kota Semarang). *ETNIK: Jurnal Ekonomi dan Teknik*, 2(6), 562-575.
- Mahdani, I., Wahono, B., & Rahman, F. (2024). Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi *Shopee*. *EJRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 4565-4571.
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Alfabeta.
- Aziky, A., & Masreviastuti, M. (2018). Pengaruh Periklanan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk *E-Commerce Shopee. co. id*. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 4(1), 193-196.
- Wibowo, H. O., & Rahayu, S. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian pesan antar makanan Gofood di kota Solo. *Excellent*, 8(1), 70-78.

Nurhaliza, P. E. (2022). Pengaruh Iklan Di Media Sosial Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Citilink Di Bandar Udara Ahmad Yani Semarang. *Flight Attendant Kedirgantaraan: Jurnal Public Relation, Pelayanan, Pariwisata*, 4(1), 82-94.

Patrina, A. (2025). Iklan Media Sosial dan Pengaruhnya Terhadap Niat Beli Konsumen. *ECONOMETRICS: Journal of Sustainable Economics and Management*, 1(2), 62-70.

Rahayu, R., Madani, F., & Syarifudin, M. H. (2024). Pengaruh persepsi konsumen, brand image dan iklan media sosial terhadap keputusan pembelian produk. *Jisosepol: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi dan Politik*, 2(2), 478-490.

Canestren, I. A., & Saputri, M. E. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater. *eProceedings of Management*, 8(3).

Simatupang, S., Susanti, D., Butarbutar, M., Indajang, K., & Girsang, R. M. (2024). Sistem Pembayaran Cash on Delivery Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(1).

Shafa, P. M., & Hariyanto, J. (2020). Pengaruh harga, ulasan produk, dan metode pembayaran terhadap keputusan pembelian dalam berbelanja online melalui aplikasi Shopee (Studi kasus pada pengguna aplikasi Shopee di Bekasi).
Pengaruh Harga, Ulasan Produk, dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Berbelanja Online Melalui Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Bekasi).

Sukmal, J., & Rusdi, M. (2025). Pengaruh Kualitas Makanan Dan Pengiriman Tepat Waktu Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Pelanggan Pada Pusat OlehOleh Umbul Mas Labuhanbatu Selatan. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(2), 748-758.

Noviana, M. (2022). Pengaruh waktu pengiriman, daya tanggap, dan kualitas layanan terhadap keputusan konsumen dalam berbelanja secara daring pada shopee di Surabaya (Doctoral dissertation, Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabayaa).

Yusuf, A. M. (2016). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif & penelitian gabungan. Prenada Media.

Ahmadi, K. A., Amiin, M., & Madi, R. A. (2016). Agus Widarjono, P..(2018). *Ekonometrika: pengantar dan aplikasinya disertai panduan eviews*. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 2(2), 1.

Sunyoto, D., & Saksono, Y. (2022). Perilaku konsumen.

Razak, M. (2016). Perilaku konsumen.

