

DAFTAR PUSTAKA

- Abdelina, & Makhrani. (2021). *Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi Melalui Budaya Belanja Online Pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Graha Nusantara Padangsidimpuan*. *Jurnal Estupro*, 6(3), 9–17.
- Anvari, R. D., & Norouzi, D. (2016). *The Impact Of E-Commerce And R&D On Economic Development In Some Selected Countries*. *Procedia - Social And Behavioral Sciences*, 229, 354–362. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.07.146>
- Ayunda, K. P. (2023). *Analisis Pengaruh Penggunaan E-Commerce, Media Sosial Dan Sosial Media Marketing Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umk) Fashion Di Kota Jambi*. In *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam: Vol. Viii (Nomor I)*.
- Badan Pusat Statistik (Bps). (N.D.). *Kota Jambi Dalam Angka 2023*. 1–17.
- Badan Pusat Statistik (Bps). (2021). *Statistik E-Commerce Provinsi Jambi 2021*. Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi.
- Badan Pusat Statistik (Bps). (2022a). *Kota Jambi Dalam Angka 2022* (B. K. Jambi (Ed.)). Bps Kota Jambi. <https://jambikota.bps.go.id/>
- Badan Pusat Statistik (Bps). (2022b). *Kota Jambi Dalam Angka 2023*.
- Bangun, W. (2010). *Teori Ekonomi Mikro*. Refika Aditama.
- Bank Indonesia. (2023). *Sinergi Memperkuat Ketahanan Dan Kebangkitan Ekonomi Nasional*. https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/pidato-dewan-gubernur/documents/buku-ptbi-2023_.pdf
- Basri, H., Nurdin, N., Fahmi, A., & Albetris, A. (2022). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Masyarakat Di Sekitar Kawasan Kurma Indonesia*. *Ekonomis: Journal Of Economics And Business*, 6(1), 359. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i1.525>
- Benefita, D. F. (2017). *Analisis Faktor Yang Memengaruhi Tingkat Konsumsi Mahasiswa Pada E-Commerce (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang)*. *Skripsi*.
- Blibli.Com. (2023). *Tentang Blibli: Ketahui Visi, Misi, Dan Nilai-Nilai Kami*. Blibli.Com. <https://about.blibli.com/id/about>
- Boediono. (2008). *Ekonomi Mikro*. Bpfe-Yogyakarta.
- Bukalapak.Com. (2023). *Tentang Kami*. Bukalapak.Com. <https://about.bukalapak.com/id/about-us/>
- Burhan, F. A. (2021). *Nilai Transaksi E-Commerce Ri Melonjak 91%, Shopee Kuasai Pasar*. *Katadata.Co.Id*. <https://katadata.co.id/digital/e-commerce/6>

Oba67ba89507/Nilai-Transaksi-E-Commerce-Ri-Melonjak-91-Shopee-Kuas
aiPasar

Diah, E., Politeknik, U., & Stis, S. (2019). Analisis Pelaku E-Commerce Di Indonesia. *E-Journal Widya Non-Eksakta*, 1(2), 74–80. [Http://Digitalenterpreneur.Id](http://Digitalenterpreneur.Id)

Dinisari, M. C. (2020). *E-Commerce Dorong Prekonomian Indonesia Selama Pandemi Covid-19*. <https://Ekonomi.Bisnis.Com/Read/20200417/12/1228750/E-Commerce-Dorong-Perekonomian-Indonesia-Selama-Pandemi-Covid-19>

Dwiningrum, N. R. (2015). *Pengaruh Karakteristik Personal Dan Karakteristik Pekerjaan Terhadap Komitmen Organisasi (Studi Kasus Pada Politeknik Negeri Balikpapan)*. *Jst (Jurnal Sains Terapan)*, 1(1), 34–39. <https://doi.org/10.32487/Jst.V1i1.30>

Endarwati, O. (2022). *Belanja Online Makin Digemari, E-Commerce Tumbuh 40% Di 2021*. <https://Economy.Okezone.Com/Read/2022/01/21/455/2535696>

Ghozali. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25*. Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.

Hanifah, N., & Rahadi, D. R. (2020). *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Pembelian Secara Online Pada Masa Pandemi Covid-19*. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(November), 112–122. <https://online-journal.unja.ac.id/mankeu/article/view/5490>

Hanum, N. (2018). *Pengaruh Pendapatan , Jumlah Tanggungan Keluarga Dan Pendidikan Terhadap Pola Konsumsi Rumah Tangga Nelayan Di Desa Seuneubok Rambong Aceh Timur*. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 2(1), 75–84. <https://ejournalunsam.id/index.php/jse/article/view/779>

Hendarsyah, D. (2019). E-Commerce Di Era Industri 4.0 Dan Society 5.0. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, Vol.8, 171–184.

Idris, M. (2022). *Pengertian E-Commerce Dan Bedanya Dengan Marketplace*. <https://money.kompas.com/read/2021/09/11/191943626/pengertian-e-commerce-dan-bedanya-dengan-marketplace?page=all>

Ilma, F., & Wibowo, D. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Online Pada Pengguna Shopee Di Kecamatan Lakarsantri*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*.

Jambi, B. P. (2023). *Statistik E-Commerce Provinsi Jambi 2022*. Bps Provinsi Jambi.

Jambi, B. P. S. K. (2023). *Statistik Daerah Kota Jambi 2022/2023*. <https://jambikota.bps.go.id/publication/2023/12/29/7e70fb777db09c443fb99ac1/statistik-daerah-kota-jambi-2022-2023.html>

Jambi, B. P. S. K. (2024). *Kota Jambi Dalam Angka 2024*. <https://jambikota.bps.go.id/publication/2024/02/28/64e45c3e94a437f95f4cc646/kota-jambi->

- Dalam-Angka-2024.Html
- Jambi, B. P. S. P. (2023). *Statistik Konsumsi Dan Pengeluaran Penduduk Provinsi Jambi Susenas Maret 2023*. 3. <https://Jambi.Bps.Go.Id/Id/Publication/2023/12/28/06abce96c2c19c597afd44c1/Statistik-Konsumsi-Dan-Pengeluaran-Penduduk-Provinsi-Jambi-Susenas-Maret-2023.Html>
- Jayani, D. H. (2021). *Kunjungan Ke Web Shopee Meningkat 5,8% Pada Kuartal Iii 2021*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Teknologi-Telekomunikasi/Statistik/90ab82b055df737/Kunjungan-Ke-Web-Shopee-Meningkat-58-Pada-Kuartal-Iii-2021>
- Katadata. (2020). *Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia Capai 196,7 Juta*. [https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2020/11/11/Jumlah-Pengguna-Internet-Di-Indonesia-Capai-1967-Juta#:~:Text=Hasil Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa,Mencapai 196%2c7 Juta Jiwa.](https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2020/11/11/Jumlah-Pengguna-Internet-Di-Indonesia-Capai-1967-Juta#:~:Text=Hasil%20Survei%20Asosiasi%20Penyenggara%20Jasa,Mencapai%20196%2C7%20Juta%20jiwa.)
- Katadata. (2021). *Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi Di Dunia*. Www.Databoks.Katadata.Co.Id. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2021/06/04/Penggunaan-E-Commerce-Indonesia-Tertinggi-Di-Dunia>
- Katadata. (2022). *Riset: Milenial Paling Gemar Belanja Online Saat Pandemi*. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2022/06/03/Riset-Milenial-Paling-Gemar-Belanja-Online-Saat-Pandemi>
- Katadata. (2024). *5 E-Commerce Dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023*. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2024/01/10/5-E-Commerce-Dengan-Pengunjung-Terbanyak-Sepanjang-2023>
- Kose, T., & Arslan, S. (2020). Turkish Consumer Participation In E-Commerce. *Journal Of Electronic Commerce In Organizations*, 18(4), 30–50. [https://Doi.Org/10.4018/Jeco.2020100102](https://doi.org/10.4018/Jeco.2020100102)
- Kotajambi.Co.Id. (2023). *Sejarah Kota Jambi*. <https://Www.Jambikota.Go.Id/Tentang/Profil/Sejarah>
- Kusuma, T. M., & Suniantara, I. K. P. (2022). *Pengaruh Pendapatan, Social Influence, Dan Kondisi Ekonomi Makro Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce*. *Jurnal Perspektif*, 20(1), 31–35. [https://Doi.Org/10.31294/Jp.V20i1.11767](https://doi.org/10.31294/Jp.V20i1.11767)
- Laudon, K. C. And C. G. T. (2014). *E-Commerce: Business, Technology & Society 10th Edition*. New Jersey: Pearson.
- Lazada.Com. (2023). *About Lazada*. Lazada. <https://Www.Lazada.Com/En/About/>
- Lestari, D. (2021). *Pengaruh E-Commerce Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Magetan Pengguna Aplikasi Online Shop*, 1–90. <http://Etheses.Iainponorogo.Ac.Id/16203/>
- Lwanga, S.K., & Lemeshow, S. (1991). *Sample Sixe Determination In Health Studies: A Practical Manuall*.

- Mankiw, N. G. (2011). *Pengantar Ekonomi Mikro (Principles Of Economics)*. Salemba Empat.
- Monica, Y. (2021). *Transaksi Non Tunai Terhadap Pengeluaran Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang). Jurnal Ilmiah*.
- Nafisa, R. (2021). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Online Di Purwokerto*. *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.
- Nopiani, S. A. K., & Rustariyuni, S. D. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pelaku Ukm Di Kota Denpasar*. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Unud*, 9(3), 689–718.
- Nurjanah, S. F., Kurniati, R. R., & Zunaida, D. (2019). *Pengaruh E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanja Online Shopee (Studi Pada Konsumen Belanja Online Mahasiswa Universitas Islam Malang)*. *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis*, 8(3), 154–162. [Http://Riset.Unisma.Ac.Id/Index.php/Jiagabi/Article/View/3572](http://Riset.Unisma.Ac.Id/Index.php/Jiagabi/Article/View/3572)
- Pratama, S. Y., Hariyani, D. S., & Kadi, D. C. A. (2021). *Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Ukm Di E-Commerce (Study Kasus Pengguna E-Commerce Yang Berminat Membeli Produk Ukm Di Kota Madiun)*. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* 3, 1(69), 5–24.
- Prof. H. Imam Ghozali, M.Com, Ph.D, C. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25 Edisi 9*. Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Pusat Data Dan Sistem Informasi Sekretariat Jenderal Kementerian Perdagangan. (2023). *Perdagangan Digital (E-Commerce) Indonesia Periode 2023* (Hal. 1–8). https://R.Search.Yahoo.Com/_Ylt=Awrkhaxor3fntqiaajlqwx.;;_Ylu=Y29sbwnzzzmecg9zazeednrpzamec2vja3ny/Rv=2/Re=1736686798/Ro=10/Ru=Https%3a%2f%2fsatudata.Kemendag.Go.Id%2fringkasan%2fproduk%2fperdagangan-Digital-E-Commerce-Indonesia-Periode-2023/Rk=2/Rs=6nne.
- Rahayu, N. (2019). *Pertumbuhan E-Commerce Pesat Di Indonesia*. *Warta Ekonomi Online*. <https://Wartaekonomi.Co.Id/Read216302/Pertumbuhan-E-Commerce-Pesat-Di-Indonesia>
- Rahmadi, H., & Malik, D. (2018). *Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Tokopedia.Com Di Jakarta Pusat*. *Reformasi Administrasi*, 3(1), 126–145. <https://Doi.Org/10.31334/.V3i1.100>
- Ridha Maysaroh Siregar, Neila Susanti, N. A. (2023). *Perilaku Konsumtif Mahasiswa Berbelanja Di E-Commerce Shopee Pada Masa Pandemi Dalam Perspektif Gender: Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Uinsu*. *As-Syirkah: Islamic Economics & Finacial Journal*, 1(1), 39–56. <https://Doi.Org/10.56672/Assyirkah.V2i2.48>

- Saputra, E. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Terubuk Kabupaten Bengkalis. Bertuah Jurnal Syariah Dan Ekonomi Islam*, 1(2), 12–20. <https://doi.org/10.56633/Jsie.V1i2.162>
- Saragih, R. C. R. (2020). *Analisis Pengaruh Pendapatan, Jenis Kelamin, Dan Lama Penggunaan Terhadap Frekuensi Penggunaan E-Money Pada Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta*.
- Savrul, M., & Kiliç, C. (2011). *E-Commerce As An Alternative Strategy In Recovery From The Recession. Procedia - Social And Behavioral Sciences*, 24, 247–259. <https://doi.org/10.1016/J.Sbspro.2011.09.055>
- Shopee.Co.Id.(2023). *Tentang Shopee*. Shopeekarir. <https://careers.shopee.co.id/about>
- Silvia, G., & Anwar Us, K. (2021). *Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumen Tokopedia Pada Masyarakat Kota Jambi. Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 1(3), 240–251. <https://doi.org/10.55047/Transekonomika.V1i3.44>
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D* (Alfabeta (Ed.)).
- Sundari, S. (2022). *Pengaruh Pendapatan Dan Minat Beli Terhadap Perilaku Belanja Online Pada Masyarakat Kota Bandar Lampung Dimasa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. 1–152.
- Tokopedia.Com. (2023). *Kisah Perjalanan Tokopedia*. Tokopedia. <https://www.tokopedia.com/about/our-story>
- Turban, E. Et Al. (2015). *Electronic Commerce: A Managerial And Social Network Perspective Eighth Editions*. Switzerland Springer.
- Wahyuni, R. N. T., & Logaritma, S. (2019). *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Pembeli Online Di Indonesia. Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 13(2), 259–280. <https://doi.org/10.30908/Bilp.V13i2.420>
- Work, M. (2023). *Ecommerce In Southeast Asia 2023*. <https://momentum.asia/product/e-commerce-in-southeast-asia-2023/>
- Zulfy, Muhammad, F. (2020). *Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi Melalui Budaya Digital Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Dan Dirasat Islamiyah Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*, 53(1), 59–65. <http://dx.doi.org/10.1016/J.Encep.2012.03.001>