

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiyat, A. (2023). 5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia (Kuartal I 2023). Databoks. Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023>
- Agesti, N., Ridwan, M. S., & Budiarti, E. (2021). International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding The Effect of Viral Marketing , Online Customer Review , Price Perception , Trust on Purchase Decisions with Lifestyle as Intervening Variables in the Marketplace Shopee in Surabaya C. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 8(3), 496–507. <http://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v8i3.2526>
- Alice Buchan. (2013). *Sample size matters – even more than you think*. 20 May. <https://s4be.cochrane.org/blog/2013/05/20/sample-size-matters-even-more-than-you-think/>
- Armelia, Y., & Irianto, A. (2021). Pengaruh Uang Saku Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ecogen*, 4(3), 418. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v4i3.11509>
- Aryanti, A., Atmadhikara, D., & ... (2023). Hubungan Asosiasi Antara Skala Belanja Online dengan Jenis Kelamin. *Madani: Jurnal ...*, 1(9), 179–189. <https://jurnal.penerbitdaarulhuda.my.id/index.php/MAJIM/article/view/952%0A> <https://jurnal.penerbitdaarulhuda.my.id/index.php/MAJIM/article/download/952/998>
- Asisdiq, I. S., & Side, S. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Penawaran Dan Permintaan Masker Saat Pandemi Covid-19 Di Denpasar Bali. *Pendidikan Kimia PPs UNM*, 1(1), 91–99.
- Alfilail, S. N., & Vhalery, R. (2020). Pengaruh Self-Esteem Dan Self-Awareness Terhadap Pengelolaan Uang Saku. *Research and Development Journal of Education*, 6(2), 38. <https://doi.org/10.30998/rdje.v6i2.6242>
- bidin A. (2017). PENETAPAN HARGA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *Вестник Росздравнадзора*, 4(1), 9–15.

- Brækkan, E. H. (2014). Why do Prices Change? An Analysis of Supply and Demand Shifts and Price Impacts in the Farmed Salmon Market. *Research Gate, July*.
<https://doi.org/10.13140/RG.2.1.2928.6884>
- Chairiah, R., & Siregar, Q. R. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Uang Saku Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Self Control Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *SOSEK: Jurnal Sosial Dan ...*, 3(2), 84–98.
- Cahyani, A. Y., Natsir, M., & Online, B. (2023). Value Added : Majalah Ekonomi Dan Bisnis Determinan Permintaan Belanja Online Generasi Y Dan Z Di Kota Kendari. *Value Added: Majalah Ekonomi ...*, 19(1), 41–49.
<https://jurnal.unimus.ac.id/index.php/vadded/article/view/11931>
- Damayanthi, N. M. R. N., Giri, N. P. R., & Jayawarsa, A. A. K. (2023). Faktor-Faktor yang Dominan Mempengaruhi Permintaan Pada Aplikasi Belanja Online. *Warmadewa Economic Development Journal (WEDJ)*, 6(1), 18–23.
<https://doi.org/10.22225/wedj.6.1.2023.18-23>
- Darsamo, V., & Walbeek, C. (2023). Effect of price and income on the demand for sugar-sweetened beverages in Nigeria: an analysis of household consumption data using an almost ideal demand system (AIDS). *BMJ Open*, 13(8), 1–7.
<https://doi.org/10.1136/bmjopen-2023-072538>
- Delafronz, N., Paim, L. H., & Khatibi, A. (2010). Students' Online Shopping Behavior: An Empirical Study. *Journal of American ScienceJournal of American Science*, 66(11), 137–147.
- Fabiana Meijon Fadul. (2019). *dengan Peran E-commerce untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM)*. 21, 1–15.
- Farhaeni, M., Widiastuti, M. F. N. P., & Alfalani. (2021). *Pengaruh kualitas Pelayanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman barang di PT.titipan illahi trans*. 20–37.
<https://ojs.stimihandayani.ac.id/index.php/PROSIDING/article/view/440>

- Hieu, L. Q., & Loan, N. T. (2022). Determinants of Gen Z Online Buying Behavior: A Quantitative Research. *Asian Journal of Applied Science and Technology*, 06(02), 36–48. <https://doi.org/10.38177/ajast.2022.6206>
- Hidayat, R. N. (2023). Pengaruh Uang Saku Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa. *Journal of Business Education and Social*, 4(1), 57–64. <https://doi.org/10.33592/jbes.v4i1.4274>
- Reinstein, D. A., & Snyder, C. M. (2005). The influence of expert reviews on consumer demand for experience goods: A case study of movie critics. *Journal of Industrial Economics*, 53(1), 27–51. <https://doi.org/10.1111/j.0022-1821.2005.00244.x>
- Erma Laelatul Zahroq, & Asiyah, B. N. (2022). Analisis Penentu Keputusan Pembelian Dan Implikasinya Terhadap Minat Beli Ulang Pada Pengguna Shopee Generasi-Z. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(1), 83–98. <https://doi.org/10.53625/juremi.v2i1.2377>
- Fitriyah, N. (2013). Pengaruh Kelompok Acuan dan Keluarga terhadap Keputusan Pembelian Batik Tulis Jetis pada Toko Amri Jaya Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 1(3).
- Farhaeni, M., Widiastuti, M. F. N. P., & Alfalani. (2021). *Pengaruh kualitas Pelayanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman barang di PT.titipan illahitrans*. 20–37. <https://ojs.stimihandayani.ac.id/index.php/PROSIDING/article/view/440>
- Fochezatto, A., Sanguinet, E. R., Batistela, P., & Valdes, R. (2023). Income Leakage Regional Effects: Supply and Demand Shocks during the Pandemic in Brazil and Chile. *Geographies*, 3(4), 654–672. <https://doi.org/10.3390/geographies3040034>
- Ghozali. (2022). Kompetensi dan stres kerja pengaruhnya terhadap kinerja pegawai. *AKUNTABEL: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 19(4), 768–778.

- Herdiana, A. F. (2016). Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Sepeda Motor Di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah*, 2, 1–15.
<http://repository.unpas.ac.id/40077/>
- Hanum, N. (2017). Analisis Pengaruh Pendapatan terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Samudra di Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 1(2), 107–116.
<https://ejurnalunsam.id/index.php/jse/article/view/325%0Ahttps://doi.org/10.1234/jse.v1i2.325>
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28.
<https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>
- Jati, A. I., Isnawati, D., & Lestari, W. (2023). Analisis Permintaan Belanja Online di Indonesia. *Nomicpedia: Journal of Economics and Business Innovation*, 3(1), 1–13.
- Kasim, F. (2008). Metode Penarikan Sampel. *Metodologi Penelitian Biomedis*, 320.
- Ketelaar, P. E., Willemsen, L. M., Slevén, L., & Kerkhof, P. (2015). The Good, the Bad, and the Expert: How Consumer Expertise Affects Review Valence Effects on Purchase Intentions in Online Product Reviews. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(6), 649–666. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12139>
- Khairunnisya. (2017). Kontribusi Supervisis Akademik Kepala Madrasah Dan Budaya Organisasi Terhadap Mutu Pembelajaran Di Madrasah Tsanawiyah Kabupaten Way Kanan. *Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*, September 2012, 69–73.
- Kredivo. (2020). *Indonesian E-Commerce Consumer Behavior Report*.
- Mahardini, I., & Woyanti, N. (2012). ANALISIS PENGARUH HARGA, PENDAPATAN, LOKASI, DAN FASILITAS TERHADAP PERMINTAAN RUMAH SEDERHANA (Studi Kasus Perumahan Puri Dinar Mas Semarang).

Diponegoro Journal of Economics, 1(1), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/jme>

Mamang Sari, Rini Mastuti, K. M. Z. B. (2022). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN USAHATANI JAGUNG (*Zea mays L*) DI KECAMATAN DARUL HASANAH KABUPATEN ACEH TENGGARA. *Inovasi Penelitian*, 3(5).

<https://doi.org/10.21608/pshj.2022.250026>

Muslimin, S., Zainab, Z., & Jafar, W. (2020). Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.37146/ajie.v2i1.30>

Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). 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)*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>

Ningtyas, S. D. Y. (2012). Journal of Social and Industrial Psychology CONTROL ADDICTION. *Journal of Social and Industrial Psychology*, 1(1), 28–33.

Pasulu, I., & Devi P, O. Y. (2024). Analisis Pola Pengeluaran Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Kristen Indonesia Toraja. *EKOMA : Jurnal Ekonomi*, 3(3), 260–269.

Peter J. Paul dan Jerry C. Olson. 2000. *Consumer Behavir: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi keempat. Jakarta: Erlangga

Putri Nugraha, J., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M., Jati Lestari, W., & Khatimah, HusnilFatima Beribe, M. (2021). *Perilaku Perilaku Konsumen Teori*.

- Prawiyogi, A. G., Sadiyah, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Membaca di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446–452.
<https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.787>
- P. Pomantow, R. A., A. Tumbuan, W. J. F., & R. Loindong, S. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Daya Beli Bahan Bakar jenis Pertalite. *Jurnal EMBA*, 7(1), 521–530.
- Prabowo dan Suwarsi, 2009, Pengaruh Shopping Orientations dan Gender Differences pada Online Information Search dan Online Purchase, Fokus Manajerial, Vol. 7, No. 2, 2009
- Riyanjaya, N. A., & Andarini, S. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Produk Wardah Di Situs Belanja Online Shopee. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(5), 927–944. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i5.1179>
- Resta, A., Akhmad, K. A., & Gunaningrat, R. (2023). Pengaruh Program Voucher Diskon dan Program Gratis Ongkos Kirim terhadap Minat Beli Ulang pada Aplikasi Shopee Food. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 759–771. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i1.4878>
- Putra, I. K. T. E., & Marhaeni, A. A. I. N. (2021). Factors Affecting Consumption Behavior. *EURASIA: Economics & Business*, 44(2), 92–100.
<https://doi.org/10.18551/econeurasia.2021-02.09>
- P. Pomantow, R. A., A. Tumbuan, W. J. F., & R. Loindong, S. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Daya Beli Bahan Bakar jenis Pertalite. *Jurnal EMBA*, 7(1), 521–530.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Pendidikan: Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Penerbit Alfabeta

- Sudjanarti, D., Khabibah, U., Istining Wardani, T., & Dosen Polinema, adalah. (2018). *Oleh : Dwi Sudjanarti-1 Umi Khabibah-2 Tri Istining Wardani-3 **. 12.
- Sinaga, W. A. L., Sumarno, S., & Sari, I. P. (2022). The Application of Multiple Linear Regression Method for Population Estimation Gunung Malela District. *JOMLAI: Journal of Machine Learning and Artificial Intelligence*, 1(1), 55–64. <https://doi.org/10.55123/jomlai.v1i1.143>
- Sadono Sukirno. 2005. Pengantar Teori Mikroekonomi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sazali, H., Rozi, F., Edward, P., & Hall, T. (2020). *Research and Learning in Communication Study JURNAL SIMBOLIKA Belanja Online dan Jebakan Budaya Hidup Digital pada Masyarakat Milenial Online Shopping and Digital Living Culture Traps in Millennial Communities*. 6(2).
- Sudariana, & Yoedani. (2022). Analisis Statistik Regresi Linier Berganda. *Seniman Transaction*, 2(2), 1–11.
- Saekoko et al. (2020). Saekoko, Nyoko and Fanggidae/ JOURNAL OF MANAGEMENT (SME's) Vol. 11, No.1, 2020, p49-64. *Journal of Management*, 11(1), 49–64.
- Sari, V. A. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Teh Botol Sosro. *Diponegoro University Journal Of Social And Politic, Business Administration*, 12.
- Studi, P., Akuntansi, P., Keguruan, F., Ilmu, D. A. N., & Surakarta, U. M. (2018). *Analisis perilaku konsumtif anak kos pada mahasiswa ums*.
- Srinivasan, S., Pauwels, K., & Nijs, V. (2008). Demand-based pricing versus past-price dependence: A cost-benefit analysis. *Journal of Marketing*, 72(2), 15–27. <https://doi.org/10.1509/jmkg.72.2.15>

- Talita Ardra Widyadhana, Adelia Maileni Agustin, Dila Amalia, Firda Shauma Destiawan, Nabilla Hapsari Putri Fauzi, Stephanie Aurelia, & Rama Wijaya Abdul Rozak. (2024). Analisis Perilaku dan Preferensi Mahasiswa terhadap Pengalaman Belanja Online dan Offline. *Pajak Dan Manajemen Keuangan*, 1(2), 01–13. <https://doi.org/10.61132/pajamkeu.v1i2.77>
- Thah, H. M. an, & Yuwono, S. S. (2014). Analisis Preferensi, Perilaku Mahasiswa dan Keamanan Pangan Terhadap Produk Bakso di Sekitar Universitas Brawijaya. *Jurnal Pangan Dan Agroindustri*, 2(4), 89–100.
- Trifena, G., Johny, S., Tampi, R. E., & Walangitan, O. F. C. (2022). Pengaruh Penggunaan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembeli Jasa Traveloka.com di Kota Manado. *Productivity*, 3(2), 168–173.
- Tokopedia, D. I. (2021). *Analisis pengaruh online customer review dan rating terhadap minat beli produk elektronik di tokopedia*. 2(1).
- Taluke, D., Lakat, R. S. M., Sembel, A., Mangrove, E., & Bahwa, M. (2019). Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Pengelolaan Ekosistem Mangrove Di Pesisir Pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat. *Spasial*, 6(2), 531–540.
- Ulya, A. ', Putri, O. N., & Naylawati, W. A. (2023). Budaya Konsumtif Belanja Online Dikalangan Mahasiswa. *Prosiding Seminar Nasional*, 1300–1308.
- Ulya, S. F., Sukestiyarno, Y., & Hendikawati, P. (2018). Random Sampling Confidence Interval. *UNNES Journal of Mathematics*, 7(1), 108–119.
- Welsa, H., Dwi Cahyani, P., & Alfian, M. (2022). Pengaruh online customer review, social media marketing dan kemudahan terhadap keputusan pembelian secara online melalui marketplace. *Jurnal Manajemen*, 14(2), 416–424. <https://doi.org/10.30872/jmmn.v14i2.11038>
- Vera, A. (2016). Danti Septiwindriati Suhermin Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(2011), 1–18.

- Wang, L., Zhu, X., Zhang, H., Zhang, C., Xu, J., & Zhang, Z. (2024). *demands : Based on Macao ' s hotel reviews from Agoda Construction of the tourist sentiment dictionary for hotels to mining tourist demands : Based on Macao ' s hotel reviews from Agoda. June. <https://doi.org/10.54517/st.v5i1.2700>*
- Wang, B., Bi, W., & Liu, H. (2023). Dynamic Pricing with Parametric Demand Learning and Reference-Price Effects. *Mathematics*, 11(10), 1–14. <https://doi.org/10.3390/math11102387>
- Yahya, S., & Sugiyanto, C. (2020). Indonesian Demand for Online Shopping: Revisited. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 35(3), 188–203. <https://doi.org/10.22146/jieb.55358>
- Zhang, J., Zheng, W., & Wang, S. (2020). The study of the effect of online review on purchase behavior: Comparing the two research methods. *International Journal of Crowd Science*, 4(1), 73–86. <https://doi.org/10.1108/IJCS-10-2019-0027>