

DAFTAR PUSTAKA

- istiqomah. (2020). Pemanfaatan *E-Commerce* Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akademi Kesejahteraan Akk Yogyakarta. *Jurnal Socia Akademika*, 6(2), 109–115
- Yustiani, R. & Yunanto, R. 2017. Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi. *Komputa : Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika*, 6(2):43–48.
- Hatammimi, J., & Nurafifah, F. Z. (2023). Mengukur Pengenalan Peluang Berwirausaha Sebagai Dampak Pendidikan Kewirausahaan. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 6(4), 506-523. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v6i4.29499>
- <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/40492%0Ahttps://ejournal.unesa.ac.id>
- Com, B., & Kota, D. I. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth , Keyakinan Dan Sikap , Promosi Penjualan , Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Disusun Oleh : Paleni Putri Mendofa STIE multi data Palembang program studi manajemen.
- Devica, S. (2020). Persepsi Konsumen Terhadap Flash Sale Belanja Online Dan Pengaruhnya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 47–56. <https://doi.org/10.24123/jbt.v4i1.2276>
- Dharmanto, A., Setyawati, NW, & PG, DSW (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Fasilitas Pelayanan Publik pada Pengguna Trans Jakarta. *Jurnal Inovasi Penelitian* , 2 (11), 3579-3590.
- Dirnaeni, D., Ardiansyah, I., & Indira, C. K. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Fitur Shopee Live. 16(April), 46–52.

Eka, D., & Fikriyah, K. (2023). Pengaruh Live Streaming dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion muslim. *Edunomika* , 7(1), 1–11.

Elida, T., & Raharjo, A. (2020). Pemasaran Digital (Cetakan Pe; A. M. Sari, ed.). Bogor: PT Penerbit IPB Press.

Enterprise, J. (2018). SPSS Lengkap untuk Mahasiswa. Alex Media Komputindo. Fadli, M. (2022). Pengaruh e-service quality dan promosi terhadap keputusan pembelian pada pengguna Shopee Indonesia di Kota Malang. Retrieved from <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/40680%0Ahttp://etheses.uin-malang.ac.id/40680/1/15510097.pdf>

Faradiba, B., & Syarifuddin, M. (2021). Covid-19: Pengaruh Live Streaming Video Promotion Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Buying Purchasing. *Economos : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 1–9. <https://doi.org/10.31850/economos.v4i1.775>

risdiana. 2015. Analisis Perubahan Pendapatan Usaha Pedagang Eceran Sebelum Dan Sesudah Berdirinya Indomaret Dan Alfamart Di Kecamatan Tampan Pekanbaru. *Jurnal Fekon Vol. 2* (2)

Ade dan Ida. 2019. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan LQ45 Di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Manajemen*. Volume 8 Nomor 9:5722-5740.

Nazir. (2010). Analisis Determinan Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kabupaten Aceh Utara. (Tesis tidak diterbitkan). USU, Sumatera Utara, Indonesia

Munandar, M. 2006. Pokok-pokok *Intermediate Accounting*, Universitas Gadjah Mada.

Olaitan, M. A., 2006. *Finance for Small and Medium Enterprise Nigeria's Agricultural Credit Guarantee Sceme Dund. Journal of International Farm Management.*

Tohar, M. (2003). *Membuka Usaha Kecil*. Yogyakarta: Kanisius.

Sukirno, Sadono. (2002). Pengantar Teori Ekonomi Mikro. Edisi ketiga. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Shabur Miftah Maulana, Heru Susilo, Riyadi. 2015. Implementasi E- Commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang). Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya Malang.

Hidayat Taufik, Panduan Membuat Toko Online dengan OS Commerce (Jakarta: Media Kita, 2008)

Aufar Perantauan, Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Layanan Perbankan Syariah Dalam Transaksi E-Commerce (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018)

Iwan Sidharta dan Boy Suzanto, Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping Dan Kepercayaan Konsumen Pada E-Commerce, Jurnal Computech & Bisnis, Vol.9 No.1, Juni 2015

Rini Yustiani dan Rio Yunanto, Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi, Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika, Vol.6 No.2, Oktober 2017

Viona, Veronica, 2021, dkk, Narasi Shopee Dalam Mengembangkan Ekonomi Kreatif Berbasis Teknologi E- Commerce di Era Modern, Jurnal Ilmu Komunikasi I, No. 2