

## DAFTAR PUSTAKA

- Adha, S. (2022). *Faktor revolusi perilaku konsumen era digital: Sebuah tinjauan literatur*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 10(2), 112–123.
- Alfan, M. (2019). *Pembelajaran konsumen dan pengaruhnya terhadap loyalitas merek*. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 7(1), 43–56.
- BusinessWire. (2024). *Indonesia e-commerce market trends 2024*. <https://www.businesswire.com/>
- Creswell, J. W. (2020). *Research design: Pendekatan metode kualitatif, kuantitatif, dan campuran*. Pustaka Pelajar.
- Dania, A. F., & Trihudyatmanto, M. (2024). *Analisis dimensi faktor psikologis terhadap keputusan pembelian*. *Jurnal Riset Pemasaran*, 6(1), 88–97.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- GlobalData. (2024). *Indonesia e-commerce industry report*. <https://www.globaldata.com/>
- Hardani, R. (2020). *Metode penelitian kuantitatif & kualitatif*. Pustaka Setia.
- Hartanti, N., & Susanti, D. (2022). *Persepsi risiko dan kecemasan selama pandemi*. *Jurnal Psikologi Sosial*, 14(3), 55–68.
- Kesuma, P., Aryanti, M., & Siregar, R. (2023). *Manajemen modern dan transformasi organisasi digital*. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 21(1), 1–13.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2022). *Marketing: An introduction* (14th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Mawey, A. (2013). *Persepsi konsumen terhadap produk lokal dan impor*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 134–141.

- Melinda, A. (2023). *Perilaku konsumen terhadap pembelian produk herbal online*. Jurnal Manajemen Digital, 5(3), 77–89.
- Notoatmodjo, S. (2020). *Metodologi penelitian kesehatan*. Rineka Cipta.
- Nugraha, A., & Fauzan, H. (2023). *Perubahan persepsi digital akibat algoritma media sosial*. Jurnal Media dan Komunikasi, 12(1), 25–38.
- Praharani, M. T., & Limantara, B. K. (2025). *Penegakan hukum terhadap kasus tindak pidana penipuan pada transaksi jual beli gadget*. Jurnal Hukum & Teknologi, 3(1), 10–21.
- Prasetyo, E., & Jannah, M. (2021). *Metode penelitian kuantitatif*. Media Pressindo.
- Priyono, B. (2020). *Statistik untuk penelitian kuantitatif*. Zifatama Publisher.
- Priadana, F., & Sunarsi, D. (2021). *Metode penelitian sosial ekonomi*. Media Sahabat Cendekia.
- Purwati, A., & Kurniawan, R. (2022). *Persepsi dan interpretasi sosial dalam masyarakat digital*. Jurnal Psikologi dan Budaya, 4(2), 31–45.
- Rizal, A. (2023). *Sikap konsumen digital terhadap keberlanjutan merek*. Jurnal Psikologi Pemasaran, 8(2), 50–60.
- Santoso, S. (2020). *Statistik parametris: Konsep dan aplikasi dengan SPSS*. Elex Media Komputindo.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer behavior (10th ed.)*. Pearson Education.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer behavior (12th ed.)*. Pearson.
- Setiawan, A., & Rahmawati, D. (2023). *Pengaruh Motivasi dan Persepsi terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Marketplace Shopee*. Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis, 10(1), 55–63.
- Seto, A., Mulyana, D., & Herlambang, R. (2023). *Evolusi ilmu manajemen dari klasik ke digital*. Jurnal Administrasi Bisnis, 15(1), 22–35.
- Silva, R. D. (2017). *Kepercayaan konsumen terhadap reputasi merek di era digital*. Jurnal Komunikasi dan Bisnis, 6(2), 98–109.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kombinasi (mix methods)*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). Statistika untuk penelitian. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Statista. (2024). Indonesia: Number of digital buyers 2020–2024. <https://www.statista.com/>
- Tirtayasa, A., Lubis, N., & Khair, R. (2021). Motivasi pembelian konsumen dalam konteks online shopping. *Jurnal Ekonomi Digital*, 4(1), 65–74.
- Utami, C. W. (2017). Perilaku konsumen. Mitra Wacana Media.
- Wijayanti, R. F., Evelina, T. Y., & Budiarti, L. (2023). Pengaruh faktor psikologis konsumen sebagai pendorong keputusan pembelian online. *Jurnal Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 9(2), 101–113.