

DAFTAR PUSTAKA

- [1] V. Ilhadi, A. Karima, L. Afra, and A. Ulya, "PKM Strategi Pengembangan Teknologi Informasi Dalam Pemasaran Digital Di Gampong Kota Lhokseumawe," vol. 3, no. 2, pp. 421–429, 2024.
- [2] E. M. Asih, "Analisis pada Shopee sebagai E-Commerce Terpopuler di Indonesia," *J. Ekon. Bisnis Antart.*, vol. 2, pp. 73–79, 2024.
- [3] J. Munatsir, "Pengaruh Pengalaman Berbelanja, Kepercayaan Konsumen Dan Promosi Terhadap Minat Beli. (Studi pada Aplikasi Toko Online Shopee pada Masa Pandemi di Mataram)," *J. Ilm. Mhs. FEB*, pp. 1–21, 2021.
- [4] G. A. S. Katiman, Y. H. Monding, D. S. Hode, and V. Budiharto, "Perbandingan Pengalaman Pengguna Aplikasi Online Shop Shopee dan Tiktok : Studi Kasus pada Mahasiswa Administrasi Bisnis," vol. 1, no. 1, pp. 1–9, 2024.
- [5] A. H. Arifasari and D. Y. Rakhmawati, "Pengaruh periklanan dan harga terhadap keputusan pembelian the originote eye serum pada shopee dan tiktok shop," *J. Pendidik. Tata Niaga*, vol. 12, no. 2, 2024.
- [6] M. M. Maria, E. Y. Putra, P. S. Informasi, and U. Klabat, "Analisis Perbandingan Terhadap Keputusan Pemilihan Penggunaan Aplikasi Shopee Dan Tiktok Shop," pp. 267–271, 2023.
- [7] A. I. Ridwan, A. Nurjanah, T. Alvinly, and B. N. Bumi, "Analisis perbandingan tingkat kepuasan konsumen antara tiktok shop dan shopee di kalangan gen z," vol. 9, no. 1, pp. 345–351, 2025.
- [8] G. A. Wandira, D. Setiawan, and D. Lestari, "Penerapan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Potential Gain in Customer Values (PGCV) dalam Menilai Kepuasan Pengguna Aplikasi Shopee," vol. 4, pp. 458–467, 2025.
- [9] V. V. Permata, H. S. Utomo, M. Sugiarto, and K. Layanan, "Analisis Kepuasan Pelanggan pada Layanan Elektronik Tiktok Shop Menggunakan Metode CSI dan IPA," pp. 1–15, 2024.
- [10] S. N. Fauziyah and A. H. Saputro, "Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan , dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di TiktokShop," vol. 5, no. 2, 2025.
- [11] M. A. Fahri and S. Zulaikha, "Pengaruh Penggunaan Fitur Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Fashion Mahasiswi Universitas Lambung Mangkurat," vol. 4, pp. 301–313, 2025.
- [12] N. A. Zeta, M. Najib, E. Permana, and L. Sinaga, "Analisis Perilaku Belanja Impulsif Gen Z di Tiktok Shop," no. September, 2025.
- [13] F. N. R *et al.*, "Analisis Penerimaan Penggunaan Aplikasi E-Commerce Shopee Menggunakan Pendekatan Theory of Planned Behavior (TPB) pada Masyarakat Kalimantan Timur," vol. 1, no. 2, pp. 115–121, 2022.

- [14] M. D. Ulhaq, A. Padmo, A. Masa, and H. J. Setyadi, “Analisis Perbandingan User Experience Aplikasi E-Commerce Shopee Dan Tokopedia Menggunakan Metode User Experience Questionnaire (UEQ),” vol. 3, no. 1, pp. 37–44, 2024.
- [15] V. A. Mikola, S. Informasi, F. T. Informasi, U. B. Luhur, P. Utara, and J. Selatan, “Implementasi E-Commerce Menggunakan Content Management System Pada Clevhoshop Jogja,” vol. 4, no. 1, 2023.
- [16] A. Nuriyana and A. Hermawansyah, “Penerapan Metode Customer Satisfaction Index Terhadap Kepuasan Layanan Pengiriman Barang Pada Aplikasi Shopee Indonesia,” vol. 1, no. 4, pp. 414–424, 2022, doi: 10.36418/jii.v1i4.58.
- [17] E. S. Sulistiyawati and A. Widayani, “Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan Umkm di Kota Blitar,” vol. 4, no. 1, pp. 133–142.
- [18] P. Suswanto and S. D. Setiawati, “Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Dalam Membangun Positioning Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Indonesia,” pp. 16–29, 2020.
- [19] A. Supriyanto and I. F. Chikmah, “Penjualan Melalui Tiktok Shop dan Shopee : Menguntungkan yang Mana ?,” vol. 1, pp. 1–16, 2023.
- [20] F. R. Seli and M. A. I. Pakereng, “Analisis tingkat kepuasan pengguna Tiktok Shop berdasarkan UI / UX menggunakan metode Naïve Bayes,” vol. 04, no. 52, pp. 211–220, 2025, doi: 10.24246/itexplore.v4i2.2025.pp211-220.
- [21] A. Syahrin, Wufon, and G. Garliani, “Pengaruh Live Streaming Dan Online Customer Review Terhadap Purchase Intention Pengguna JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi),” vol. 9, no. 2, pp. 2143–2163, 2025.
- [22] E. Rahayu, P. Ningrum, and I. Hanifuddin, “Keabsahan Akad Jual Beli Terhadap Kebutuhan Pokok Masyarakat Era 5 . 0 di Tiktok Shop,” vol. 5, no. 2, pp. 1755–1766, 2023, doi: 10.37680/almanhaj.v5i2.3715.
- [23] S. B. Utomo, H. Jamali, I. Arief, M. N. Saputra, and C. G. Priambodo, “Analysis of The Influence of Hedonic Digital Lifestyle on Consumptive E-Shopping Behavior of Generation Z Through E-Commerce Applications,” vol. 5, no. 3, pp. 85–91, 2023, doi: 10.60083/jsisfotek.v5i3.309.
- [24] R. Irawaty, A. F. Bilgies, A. Latif, M. Aqshel, and E. Y. Utami, “Literasi Digital sebagai Moderasi Pengaruh Digital Marketing dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Online,” vol. 6, no. 2, pp. 694–704, 2025.
- [25] C. F. Ukhriyawati, Muharam, R. E. Putra, S. Mulyati, and R. P. Hati, “Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan, Kontrol Diri, Gaya Hidup Dan Intensitas Pengguna Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Pada Mahasiswa Universitas Riau Kepulauan,” vol. 18, no. 2, pp. 387–395, 2024.
- [26] M. A. Algiffary and T. Sutabri, “Analisis Tingkat Kualitas Layanan E-Lapkin Menggunakan Metode E-Servqual Pada Pemerintah Kota Palembang,” *J. Restikom*

Ris. Tek. Inform. dan Komput., vol. 5, no. 1, pp. 21–31, 2023.

- [27] Komharudin, A. Firman, and D. Nurapipah, “Analisis Kualitas Pelayanan Melalui Metode E-Servqual Untuk Mengetahui Kepuasan Konsumen E-Commerce Shopee Pada Masyarakat Kota Sukabumi,” *J. Ilm. Akunt. DAN Keuang.*, vol. 4, no. 2, pp. 464–474, 2021.
- [28] A. Anisa, M. A. Saptari, and S. Fachrurrazi, “Evaluasi Kepuasan Pelanggan Dalam Berbelanja Online Pada Aplikasi Shopee Menggunakan Metode Importance Performance Analysis,” vol. 5, no. 5, pp. 968–977, 2025, doi: 10.47065/bulletincsr.v5i5.729.
- [29] A. D. Setiawan, A. Z. Yamani, and F. D. Winati, “Pengukuran Kepuasan Konsumen Menggunakan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) (Studi Kasus UMKM Ahul Saleh),” vol. 1, no. 4, pp. 286–295, 2022.
- [30] N. Kadek *et al.*, “Customer Satisfaction Index (Csi) Pasien Asing Terhadap Penyajian Makanan Di Rumah Sakit Khusus Bedah Bimc,” vol. 12, no. 2, pp. 97–105.
- [31] S. Dian, N. Siahaan, and F. Agustini, “Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) (Studi Kasus Pada BNI UNIMED),” vol. 2, no. 1, pp. 13–19, 2021.
- [32] A. Rangga *et al.*, “Customer Satisfaction Index (CSI) of Gojek User Post Fuel Prices Changes,” *J. Manaj. dan Kewirausahaan*, vol. 10, no. 2, pp. 160–167, 2022.
- [33] Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, 2022.
- [34] F. Agus and D. N. Alfirama, “Analisis Penerimaan Aplikasi Mobile Banking Bankaltimtara Menggunakan Metode Technology Acceptance Model,” vol. 7, no. 2, 2023.
- [35] R. Al Hakim, I. Mustika, W. Yuliani, and others, “Validitas dan reliabilitas angket motivasi berprestasi,” *FOKUS (Kajian Bimbing. \& Konseling Dalam Pendidikan)*, vol. 4, no. 4, p. 263, 2021.
- [36] S. Nasional and T. Informasi, “AnalisisTingkat Pengangguran Provinsi Kalimantan Timur Menggunakan Sign test, Wilcoxon Test dan Paired Sample t-Test,” *Semin. Nas. Teknol. Inf. dan Mat.*, vol. 2, no. 1, pp. 94–102, 2023.
- [37] F. YANUAR, Y. ASDI, and R. M. SARI, “Perbandingan Kuasa Wilcoxon Rank Sum Test Dan Permutation Test Dalam Berbagai Distribusi Tidak NormaL,” *J. Mat. UNAND*, vol. 3, no. 4, pp. 139–146.
- [38] Budiono and A. Prasetya, “Studi Perbandingan Hasil Uji Wilcoxon Pada Data Hasil Pengukuran Dan Hasil Kategori Data Penelitian Kesehatan Tingkat Stress Tekanan Darah Dan Motorik Halus,” *J. Ilm. Pamenang - JIP*, no. November, pp. 8–15, 2022.
- [39] W. Astuti, M. Taufiq, and T. Muhammad, “Implementasi Wilcoxon Signed Rank

Test Untuk Mengukur Efektifitas Pemberian Video Tutorial Dan Ppt Untuk Mengukur Nilai Teori,” *J. Produktif*, vol. 5, no. 1, pp. 405–410, 2021.

- [40] A. Zalukhu, S. Purba, and D. Darma, “Perangkat lunak aplikasi pembelajaran flowchart,” *J. Teknol. Inf. dan Ind.*, vol. 4, no. 1, pp. 61–70, 2023.