

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, N. S. (2020). Pengaruh Lingkungan Sosial, Budaya dan Psikologi terhadap Keputusan Pembelian Online di Kota Bogor. *Jurnal Syntax Transformation*, 1(10), 733-737.
- Amalia, L., & Setiaji, K. (2017). Pengaruh penggunaan media sosial instagram, teman sebaya dan status sosial ekonomi orangtua terhadap perilaku konsumtif siswa (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Semarang). *Economic Education Analysis Journal*, 6(3), 835-842.
- Ami, M. S. (2012). Pengembangan buku saku materi sistem ekskresi manusia di SMA/MA Kelas XI. *Berkala Ilmiah Pendidikan Biologi (Bioedu)*, 1(2), 10-13.
- Andhi Sukma, N. H. (2020). Pengaruh Produk, Distribusi Dan Digital Marketing Terhadap Minat Beli Produk Umkm Binaan Kadin Jabar Pada Situasi Covid-19. *Manners*, 91-102.
- Ariani, D. (2020). Gamifikasi untuk Pembelajaran. *Jurnal Pembelajaran Inovatif*, 3(2), 144-149.
- Arviollisa, P. A. D., Chan, A., & Nirmalasari, H. (2021). The effect of artificial intelligence (AI) on customer experience: study of Gojek user in Bandung, west Java. *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*, 6(2), 115-124.
- Asdiansyuri, U. (2020). Analisis Pengaruh Religiusitas, Etika Bisnis Islam terhadap Minat Beli Online Mahasiswa (Studi Kasus pada STIE AMM Mataram). *Jurnal Kompetitif Media Informasi Ekonomi Pembangunan, Manajemen dan Akuntansi*, 6(2).
- Aulia, Dita., Sulistya Rini, Endang., Fadli. (2021). The Influence of Gamification, E Service Quality and E-Trust on Online Purchase Decision with Online Purchase Intention as Intervening Variable at the Marketplace Shopee in Medan City. *International Journal of Research and Review*, Vol. 8 Issue 8, 546-558.
- Ayunda Dipta Arviollisa, Putri., Chan, Arianis., Nirmalasari, Healthy. (2021). The Effect of Artificial Intelligence (AI) on Customer Experience (Study of Gojek Users in Bandung, West Java). *Journal of Thought and Research in Business Administration and Entrepreneurship*, Vol.6, No. 2, 115-124
- Azhari, M. I., Fanani, D., & Mawardi, M. K. (2015). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan KFC Kawi Malang) (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Azifah, N., & Dewi, C. K. (2016). Pengaruh Shopping Orientation, Online Trust dan Prior Online Purchase Experience terhadap Online Purchase Intention (Studi pada Online Shop Hijabi House). *Bina Ekonomi*, 20(2), 115-126.

- Barbu, C. M., Florea, D. L., Dabija, D. C., & Barbu, M. C. R. (2021). Customer experience in fintech. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(5), 1415-1433.
- Chen, N., & Yang, Y. (2021). The impact of customer experience on consumer purchase intention in cross-border E-commerce—Taking network structural embeddedness as mediator variable. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59, 102344.
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach for structural equation modeling. In G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern methods for business research* (pp. 295-336). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Chrisnathaniel, H., Hartini, S., & Rahayu, S. P. (2021). Analisis Gamification Shopee.com Sebagai Media Pemasaran Terhadap EWOM, Positive Emotion, & Repurchase Intention (Pada Aplikasi Shopee.com). *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 6(1), 15-32.
- Daqar, M. A. A., & Smoudy, A. K. (2019). The role of artificial intelligence on enhancing customer experience. *International Review of Management and Marketing*, 9(4), 22.
- Dewi, I. T., & M. I. (2016). Pengaruh Pengalaman Pelanggan (Customer Experience) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Kuliner Jawa Rantaurapat. *ECOBISMA (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen)*, 3(1), 93-103.
- Dharmayanti, D. (n.d.). Analisa Pengaruh Konten Pemasaran Terhadap Customer
- Diakses pada 1 Mei 2023 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023#:~:text=Berdasarkan%20data%20SimilarWeb%2C%20Shopee%20merupakan,bulan%2C%20jauh%20melampaui%20para%20pesaingnya.>
- Diakses pada 1 Mei 2023 dari <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/642ed299a8b55/shopee-hingga-tokopedia-pakai-ai-untuk-deteksi-pedagang-thrifting>
- Diakses pada 22 Agustus 2023 dari <https://kliklegal.com/hindari-penipuan-shopee-luncurkan-fitur-cek-fakta/>
- Diakses pada 22 Agustus 2023 dari <https://mahasiswaindonesia.id/penerapan-ai-bidang-e-commerce-pada-aplikasi-shopee/#:~:text=AI%20pada%20aplikasi%20Shopee%20dapat,pelanggan%20dan%20meningkatkan%20loyalitas%20pelanggan.>

- Diakses pada 22 Agustus 2023 dari <https://www.balipuspanews.com/atasi-kekhawatiran-belanja-online-samsung-bersama-shopee-berikan-jaminan-keaslian.html>
- Diakses pada 22 Agustus 2023 dari https://www.kominfo.go.id/content/detail/37515/hoaks-shopee-indonesia-memberikan-rp2-juta-kepada-pelanggan-terbaik/0/laporan_isu_hoaks
- Diakses pada 22 Agustus 2023 <https://bagikanberita.pikiran-rakyat.com/bisnis/pr-686740809/kumpulan-kode-promo-shopee-dan-tokopedia-selasa-6-juni-2023-hemat-karena-gratis-ongkir-diskon-dan-cashback>
- Diakses pada 22 Agustus 2023 <https://groeducontentmarketing.com/2020/07/berikut-kelebihan-dan-kekurangan-chatbot-untuk-bisnis/>
- Diakses pada 22 Agustus 2023 <https://hybrid.co.id/post/gamers-ngecheat>
- Diakses pada 22 Agustus 2023 <https://kabinetrakyat.com/cara-membuat-bot-shopee/>
- Diakses pada 22 Agustus 2023 <https://kumparan.com/berita-bisnis/cara-mencari-toko-di-shopee-dan-menemukan-produknya-dengan-mudah-1yJVkiDL8xS/full>
- Diakses pada 22 Agustus 2023 <https://kumparan.com/kabarbisnis/trik-tepat-hilangkan-keraguan-konsumen>
- Diakses pada 22 Agustus 2023 <https://kumparan.com/kumparanbisnis/thrifting-shop-di-e-commerce-siap-siap-ditutup-ini-tanggapan-tokopedia-and-shopee-202ShqGoU9q>
- Diakses pada 22 Agustus 2023 <https://kumparan.com/tips-dan-trik/cara-meningkatkan-penjualan-di-shopee-untuk-pemula-2126Dd77DOu/full>
- Diakses pada 22 Agustus 2023 <https://mediakonsumen.com/2020/04/24/surat-pembaca/pelayanan-shopee-sangat-buruk-barang-sudah-dikembalikan-dana-melayang-di-shopee-mall>
- Diakses pada 22 Agustus 2023 <https://mediakonsumen.com/2023/08/12/surat-pembaca/produk-tidak-sesuai-pesanan-penjual-banyak-alasan>
- Diakses pada 22 Agustus 2023 <https://mojok.co/terminal/benarkah-mystery-box-di-online-shop-adalah-pembodohan-seller-terhadap-buyer/>
- Diakses pada 22 Agustus 2023 <https://mojok.co/terminal/shopee-tebak-kata-nggak-jelas/>
- Diakses pada 22 Agustus 2023 <https://motiska.id/4049/cara-mengubah-bahasa-di-shopee/>

- Diakses pada 22 Agustus 2023 <https://www.cnbcindonesia.com/mymoney/20230119073805-72-406640/beli-emas-di-shopee-bukalapak-cs-bisa-kayak-kasus-tamasia>
- Diakses pada 22 Agustus 2023 <https://www.kompasiana.com/ngainayazahrotulfitriyah/640c0a724addee766a17cf28/tren-konten-racun-shopee-di-media-sosial-dan-pengaruhnya-terhadap-keputusan-berbelanja-konsumen>
- Diakses pada 22 Agustus 2023 <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5318410/shopee-live-jadi-platform-paling-sering-dipakai-untuk-belanja-fashion-dan-kecantikan>
- Diakses pada 22 Agustus 2023 <https://www.ninna.id/cara-mengatasi-shopee-error-dan-gangguan-tidak-bisa-dibuka-tidak-perlu-panik/>
- Diakses pada 22 Agustus 2023 https://www.smol.id/lifestyle/719501061/kelebihan-belanja-di-tiktok-shop-menarik-perhatian-warga-indonesia-berbeda-dengan-shopee#google_vignette
- Diakses pada 22 Agustus 2023 <https://www.suaramerdeka.com/ekonomi/049513048/tiktok-shop-lebih-menarik-minat-masyarakat-ketimbang-shopee-rupanya-ini-penyebabnya>
- Diakses pada 28 April 2023 dari <https://www.bps.go.id/publication>
- Diakses pada 6 Mei 2023 dari <https://tangerang.tribunnews.com/2023/01/09/smartphone-rp-78-juta-hilang-dalam-pengiriman-dapat-ganti-dari-shopee-cuma-rp-580000>
- Diakses pada 6 Mei 2023 dari <https://www.viva.co.id/digital/piranti/1323475-penerapan-gamifikasi-di-indonesia-banyak-kendala?page=all>
- Diakses pada 7 Mei 2023 dari <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/63d356a76fdca/live-streaming-tiktok-kalahkan-shopee-di-indonesia>
- Dwijantoro, R., Dwi, B., & Syarief, N. (2022). Pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian marketplace shopee. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 63-76.
- Eisingerich, A. B., & Rubera, G. (2010). Drivers of Brand Commitment: A CrossNational Investigation. *Journal of International Marketing*, 18(2), 64–79.
- EKAWATI, K. (2022). Implementasi Game Edukasi Quizizz Sebagai Media Evaluasi Pembelajaran Pai Di Kelas 5 Sdn Ngringin Moyudan Sleman.
- Ekayani, N. N. S., Purbawangsa, I. B. A., Sariyani, N. K., & Suriani, N. N. (2021). Inovasi teknologi memediasi pengaruh intellectual capital terhadap kinerja UMKM. *JPPi (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 7(4), 658-669.

- Ghozali, Imam. (2014). "Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS). Edisi 4". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam., Hengky Latan. (2015). Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris. Semarang: BP Undip.
- Gupta, A. (2014). E-Commerce: Role of E-Commerce in today's business. *International Journal of Computing and Corporate Research*, 4(1), 1-8.
- Hair, Joe., Sarstedt, Marko., Hopkins, Lucas., Kuppelwieser, Volker. (2014). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM): An Emerging Tool for Business Research. *European Business Review*. 26. 106-121.
- Harahap, B. I., Nazer, M., & Andrianus, F. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Dalam Belanja Online Di Kota Solok. *J. TAM (Technology Accept. Model., vol. 11, no. 1, pp. 1–9.*
- Harahap, D. A. (2017). Perilaku store switching dalam berbelanja online.
- Hartawan, E., Liu, D., Handoko, M. R., Evan, G., & Widjojo, H. (2021). Pengaruh Iklan Di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada E-Commerce. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 8(1).
- Hidayati, N. L. (2018). Pengaruh viral marketing, online consumer reviews dan harga terhadap keputusan pembelian shopee di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(2).
- Huang, M., & Rust, R. T. (2018). Artificial Intelligence in Service. *Journal of Service Research*, 2–6
- Indiani, N. L. P., & Fahik, G. A. (2020). Conversion of online purchase intention into actual purchase: the moderating role of transaction security and convenience. *Business: Theory and Practice*, 21(1), 18-29.
- Irawan, I. C. (2020). Analisis e-marketing terhadap keputusan pembelian konsumen secara online. *Journal of Business and Banking*, 9(2), 247-260.
- Ishak, A. (2012). Analisis kepuasan pelanggan dalam belanja online: Sebuah studi tentang penyebab (Antecedents) dan konsekuensi (consequents). *Jurnal Siasat Bisnis*, 16(2).
- Japarianto, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35-43.
- Kangean, S., & Rusdi, F. (2020). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Persaingan E-Commrece di Indonesia. *Prologia*, 4(2), 280-287.

- Kardianawati, A., Haryanto, H., & Rosyidah, U. (2016). Penerapan Konsep Gamifikasi Appreciative pada E-Marketplace UMKM. *Techno. Com*, 15(4), 343-351.
- Karim, S., & Abidin, M. Z. (2022). PENERAPAN METODE LEARNING VECTOR QUANTIZATION PADA PENENTUAN LEVEL BERMAIN TERHADAP GAME EDUKASI SANG SANTRI. *Antivirus: Jurnal Ilmiah Teknik Informatika*, 16(1), 11-24.
- Keiningham, T., Ball, J., Benoit, S., Bruce, H. L., Buoye, A., Dzenkovska, J., ... & Zaki, M. (2017). The interplay of customer experience and commitment. *Journal of Services Marketing*, 31(2), 148-160.
- Kock, Ned. (2020). Using indicator correlation fit indices in PLS-SEM: Selecting the algorithm with the best fit. *Data Analysis Perspectives Journal*, 1(4), 1-4.
- Kusumawardani, S. P. (2015). Game Online Sebagai Pola Perilaku (Studi Deskriptif Tentang Interaksi Sosial Gamers Clash Of Clans Pada Clan Indo Spirit). *Jurnal Antropologi FISIP Universitas Airlangga*, 4(2), 154-163.
- Lestanti, Y. (2019). Transaksi layanan koin Game Goyang Shopee pada jual beli online dalam perspektif hukum Islam. *Jurnal Al-Hakim: Jurnal Ilmiah Mahasiswa, Studi Syariah, Hukum Dan Filantropi*, 1(2), 249-262.
- Lestanti, Y. (2019). Transaksi layanan koin Game Goyang Shopee pada jual beli online dalam perspektif hukum Islam. *Jurnal Al-Hakim: Jurnal Ilmiah Mahasiswa, Studi Syariah, Hukum Dan Filantropi*, 1(2), 249-262.
- Liang, Yuli., Lee, Seung-Hee., E. Workman, Jane. (2020). Implementation of Artificial Intelligence in Fashion: Are Consumers Ready?. *Clothing and Textiles Research Journal*, Vol. 38(1) 3-18.
- Lubis, M. S. Y. (2021, August). Implementasi Artificial Intelligence Pada System Manufaktur Terpadu. In *Seminar Nasional Teknik (SEMNASSTEK) UISU* (Vol. 4, No. 1, pp. 1-7).
- Mantala, R., & Firdaus, M. R. (2016). Pengaruh customer experience terhadap customer satisfaction pada pengguna smartphone android (Studi pada mahasiswa politeknik Negeri Banjarmasin). *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 4(2), 153-164.
- Marhamah, S., Indrawati, I., & Djatmiko, T. (2016). Pengaruh Faktor-faktor Pembentuk Perilaku Konsumen Terhadap Niat Perilaku Konsumen Pada Belanja Online (studi Kasus Pada Pengguna Smartphone Di Jawa Barat). *eProceedings of Management*, 3(2)
- Marindi, P., & Nurwidawati, D. (2015). Hubungan antara kepuasan konsumen dalam belanja online dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 3(2).

- Marindi, P., & Nurwidawati, D. (2015). Hubungan antara kepuasan konsumen dalam belanja online dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 3(2).
- Marisa, Fitri, et al. "Gamifikasi (Gamification) Konsep dan Penerapan." *JOINTECS (Journal of Information Technology and Computer Science)* 5.3 (2020): 219-228.
- Masyani, E. P., & Nusuary, F. (2021). Dampak Kecanduan Game Terhadap Perilaku Sosial. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, 6(2).
- Mbama, C. I., & Ezepue, P. O. (2018). Digital banking, customer experience and bank financial performance: UK customers' perceptions. *International Journal of Bank Marketing*.
- Meskarani, F., Ismail, Z., & Shanmugam, B. (2013). Online purchase intention: Effects of trust and security perception. *Australian journal of basic and applied sciences*, 7(6), 307-315.
- Nasution, M. F. R. (2014). Pengaruh promosi dan harga terhadap minat beli perumahan obama PT. Nailah Adi Kurnia SEI Mencirim Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 14(2).
- Nugroho, B. W. (2020). Analisa Customer Experience Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Pada Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 11.
- Nuhan, M. Y. G. (2016). Hubungan intensitas bermain game online dengan prestasi belajar siswa kelas IV sekolah dasar negeri Jarakan Kabupaten Bantul Yogyakarta. *Basic Education*, 5(6), 494-501.
- Pangkey, F. M., Furkan, L. M., & Herman, L. E. (2019). Pengaruh artificial intelligence dan digital marketing terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Magister Manajemen Unram Vol*, 8(3), 21-25.
- Pramesti, D. Y., Widyastuti, S., & Riskarini, D. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, keragaman produk, dan promosi e-commerce terhadap kepuasan konsumen shopee. *JIMP: Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila*, 1(1), 27-39.
- Pramudita, Y. A. (2013). Analisa pengaruh customer value dan customer experience terhadap customer satisfaction di De Kasteel Resto Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(1).
- Pratikno, A. S. (2017). Implementasi Artificial Intelligence dalam Memetakan Karakteristik, Kompetensi, dan Perkembangan Psikologi Siswa Sekolah Dasar Melalui Platform Offline Conference. *Isbn, September*, 18-27.
- Prayugo, D. W. (2018). Pengaruh komunitas virtual terhadap minat beli online pada grup Facebook Bubuhan Samarinda. *Jurnal E-Komunikasi*, 6, 26.

- Priowirjanto, E. S. (2022). URGENSI PENGATURAN MENGENAI ARTIFICIAL INTELLIGENCE PADA SEKTOR BISNIS DARING DALAM MASA PANDEMI COVID-19 DI INDONESIA. *Jurnal Bina Mulia Hukum*, 6(2), 254-272.
- Putri, M., & Mayasari, M. (2022). Pengaruh Gamifikasi Terhadap Niat Membeli Kembali Pada E-Commerce Shopee. *JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI dan MANAJEMEN BISNIS*, 10(2), 90-99.
- Rahmad, Y. N., Yenes, R., Witarsyah, W., & Arifianto, I. (2021). Pengaruh Kondisi Fisik Umum terhadap Kepercayaan Diri Atlet Bolavoli SMA N 8 Padang. *Jurnal Patriot*, 3(4), 436-451.
- Rakhmawati, N. A., Permana, A. E., Reyhan, A. M., & Rafli, H. (2021). Analisa transaksi belanja online pada masa pandemi COVID-19. *Jurnal Teknoinfo*, 15(1), 32-37.
- Ristiana, M. G., & Dahlan, J. A. (2021). Pandangan Mahasiswa Calon Guru dalam Penggunaan Model Gamifikasi dalam Pembelajaran Matematika. *JPMI (Jurnal Pembelajaran Matematika Inovatif)*, 4(1), 127-136.
- Rosly, R. M., & Khalid, F. (2017). Gamifikasi: Konsep dan implikasi dalam pendidikan. *Pembelajaran Abad ke-21: Trend Integrasi Teknologi*, 144, 154.
- Salim, K. F., Catherine, C., & Andreani, F. (2015). Pengaruh Customer Experience Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Di TX Travel Klampis. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 3(1), 322-340.
- Santy, R. D., & Atika, S. D. (2020, January). Purchasing decisions in terms of perceived quality and product knowledge. In *International Conference on Business, Economic, Social Science, and Humanities–Economics, Business and Management Track (ICOBEST-EBM 2019)* (pp. 94-99). Atlantis Press.
- Santy, R. D., & Iffan, M. (2023). The effect of artificial intelligence and gamification on online purchase intention mediated by customer experience: Study on Indonesian marketplace users. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 223-24
- Saragih, N. M., Harahap, F. A., Sovina, M., & Utami, R. (2021). Pelatihan e-commerce guna meningkatkan efektivitas dan efisiensi pemasaran hasil tambak masyarakat Desa Paluh Manan. *PUBLIDIMAS*, 1(1), Mei
- Sari, H., & Setiaboedhi, A. P. (2017). Faktor-faktor yang memengaruhi minat beli pangan organik melalui situs online. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 14(1), 54-54.
- Silaen, Sofar., 2018., *Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*, In Media, Bandung

- Silviani, A., & Cipto, R. (2018). Pengaruh Gamification, Social Media Marketing, Viral Marketing terhadap Minat Terus Menggunakan Storial. CO. Jurnal MADANI, 1(1), 1-20.
- Sitorus, M. B. (2016). Studi literatur mengenai gamifikasi untuk menarik dan memotivasi: Penggunaan gamifikasi saat Ini dan kedepan. *Studi Literatur*, 110.
- Sitorus, M. B. (2016). Studi literatur mengenai gamifikasi untuk menarik dan memotivasi: Penggunaan gamifikasi saat Ini dan kedepan. *Studi Literatur*, 110.
- Solakis, K., Katsoni, V., Mahmoud, A. B., & Grigoriou, N. (2022). Factors affecting value co-creation through artificial intelligence in tourism: a general literature review. *Journal of Tourism Futures*, (ahead-of-print).
- Sugiyono. (2013). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Penerbit Alfabeta Bandung
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung Alfabeta, CV
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2015. Statistika Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta
- Sulistiyawati, E. S., & Widayani, A. (2020). Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(1), 133.
- Taan, H. (2021). Kemudahan penggunaan dan harga terhadap minat beli online konsumen. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 89-96.
- Taruli, A. E., Chan, A., & Tresna, P. W. (2020). The Effect Of Gamification “Shopee Tanam” Version On The Customer Engagement Of Shopee Indonesia Mobile Application (Survey Of Shopee In App Games Users’s In Bandung City). *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(3), 283-295.
- Taruli, A. E., Chan, A., & Tresna, P. W. (2020). The Effect Of Gamification “Shopee Tanam” Version On The Customer Engagement Of Shopee Indonesia Mobile Application (Survey Of Shopee In App Games Users’s In Bandung City). *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(3), 283-295.
- Thamrin, M., Ariska, L., & Nardi, S. (2023). SISTEM PENUNJANG KEPUTUSAN PEMILIHAN SUPPLIER TERBAIK PRODUK LAMPU ELEKTRONIK MENGGUNAKAN METODE ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS. *Nusantara Hasana Journal*, 2(9), 94-99.
- Toldos-Romero, M. D. L. P., & Orozco-Gomez, M. M. (2015). Brand personality and purchase intention. *European Business Review*, 27(5), 462-476.

- Umi Narimawati., Sri Dewi Anggadini., Linna Ismawati. (2011), Penulisan Karya Ilmiah, Edisi Pertama, Genesis. Pondok Gede, Bekasi
- Vdov, K. (2020). The effect of gamification on customer experience in the digital environment.
- Wahab, D. A., & Lestari, V. F. (2018, August). The Role of E-Commerce in Improving Quality in Raquer. In IOP Conference Series: Materials Science and Engineering (Vol. 407, No. 1, p. 012186). IOP Publishing.
- Wahdiniwaty, R., & Susilawati, E. (2017). Pengaruh Kepribadian Dan Harga Terhadap Impulse Buying Pada Produk Novel Di Toko Buku Bandung Book Center Wilayah Bandung. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 1(1). <https://doi.org/10.34010/jimm.v1i1.201>
- Wahyudi, A. D., Surahman, A., & Sivi, N. A. (2021). Penerapan Media Promosi Produk E-Marketplace Menggunakan Pendekatan AIDA Model dan 3D Objek. *J. Inform*, 6(1), 35-40.
- Wicaksono, B., & Subari, F. A. (2021). Gamifikasi dan Korelasinya Dengan Minat Mengunjungi Ulang Pada Marketplace “X”. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 17(1), 101-114.
- Widiani, N. L. M., Indiani, N. L. P., & Wahyuni, N. M. (2019). Pengaruh citra merek dan kualitas informasi terhadap minat konsumen berbelanja kembali di Zalora. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 127-136.
- Worimegbe, P. M., Worimegbe, T. M., & Abiola-Oke, E. (2020). Gamification and Customers Experience in the Hospitality Industry: Worimegbe, PM, Worimegbe, TM, Abiola-Oke, E.(2020). Gamification and Customers Experience in the Hospitality Industry. *Journal of Tourism and Services*, 21 (11), 71-87. *Journal of Tourism and Services*, 11(21), 71-87.
- Xi, N., & Hamari, J. (2019). The relationship between gamification, brand engagement and brand equity.
- Yanti, S. D., Astuti, S., & Safitri, C. (2023). Pengaruh Pengalaman Belanja Online Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Di Tiktok Shop (Studi Kasus Mahasiswa Fkip Uhamka 2018). *Jurnal EMT KITA*, 7(1), 47-61.
- Yu Hsu, Hsuan., Tsou, Hung-Tai. (2011). Understanding customer experiences in online blog environments. *International Journal of Information Management*. 31(6), 510-523.
- Yu, N., & Huang, Y. T. (2022). Why do people play games on mobile commerce platforms? An empirical study on the influence of gamification on purchase intention. *Computers in Human Behavior*, 126, 106991.

- Yulistiawati, D. N., Umayaroh, S., & Linguistika, Y. (2021). Analisis Minat Belajar Siswa dalam Penggunaan Aplikasi Belajar Quizizz pada Pembelajaran Tematik Kelas III Sekolah Dasar. *Jurnal Pembelajaran, Bimbingan, dan Pengelolaan Pendidikan*, 1(7), 573-584.
- Zare, M., & Mahmoudi, R. (2020). The effects of the online customer experience on customer loyalty in e-retailers. *International Journal of Advanced Engineering, Management and Science*, 6(5), 208–214.
- Zulfikar, R., & Novianti, L. (2018). Pengaruh Kapabilitas Jejaring Usaha dan Media Sosial terhadap Kinerja Usaha (Studi Kasus: Sentra Kain Cigondewah Bandung). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 8(2).