

SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW : ANALISIS SISTEMATIS PERAN INFRASTRUKTUR NIRKABEL DALAM TRANSFORMASI EKOSISTEM MOBILE COMMERCE

Aldy Al Faisal^{1*}; Jonh Veri²

Universitas Putra Indonesia YPTK, Indonesia
Jln. Raya Lubuk Begalung, Kota Padang, Sumatera Barat 25145
E-mail : aldyalfaisal31@gmail.com (Korespondensi)

*) Korespondensi

Abstract: ecosystem. This study aims to systematically analyze the role of wireless infrastructure in the transformation of the mobile commerce ecosystem using a Systematic Literature Review (SLR) approach. Of the 200 articles obtained, 5 articles met the inclusion criteria and were further analyzed. The rapid development of wireless technology has become a major catalyst in the transformation of the mobile commerce (m-commerce) ecosystem, enabling faster, safer, and more personalized digital transactions. Wireless infrastructure such as 4G, 5G, Wi-Fi, and Internet of Things (IoT) networks play a central role in supporting high connectivity, low latency, and scalability of m-commerce services. However, a comprehensive understanding of the contribution of this infrastructure in a global context remains fragmented. This study presents a systematic literature review (SLR) to analyze the role of wireless infrastructure in the evolution of the m-commerce ecosystem, based on a synthesis of 5 leading scientific studies from 2020 to 2025 drawn from the Scopus database. Through a PRISMA-based methodological approach, this study identifies three main themes: (1) the impact of wireless technology on performance and user experience, (2) implementation challenges including cybersecurity, digital disparity, and infrastructure costs, and (3) integration trends with supporting technologies such as edge computing, AI, and digital payments. The results show that 5G and Wi-Fi 6 are key drivers of m-commerce innovation, particularly in real-time applications such as mobile payments, augmented reality (AR) shopping, and smart logistics. The study also uncovers gaps in infrastructure access in developing regions that hinder digital inclusion. The findings from this SLR provide a conceptual foundation for researchers, technology developers, and policymakers in designing strategies for developing a more inclusive, secure, and sustainable m-commerce ecosystem in the era of high connectivity

Keywords: *systematic literature review, wireless infrastructure, mobile commerce, digital ecosystem, mobile connectivity*

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa transformasi yang signifikan dalam dunia bisnis, khususnya melalui kemunculan dan pertumbuhan mobile commerce (*m-commerce*). *M-commerce*, yang didefinisikan sebagai transaksi pembelian dan penjualan barang atau jasa melalui perangkat mobile seperti smartphone dan tablet, telah menjadi bagian tak terpisahkan dari ekosistem digital global. Menurut laporan Statista (2023), lebih dari 70% transaksi e-commerce di seluruh dunia diproyeksikan dilakukan melalui perangkat mobile pada tahun 2025, menandai dominasi m-commerce dalam lanskap perdagangan modern. Namun, di balik pertumbuhan pesat ini, terdapat satu fondasi

kritis yang sering kali kurang mendapat perhatian dalam diskusi akademik dan praktis: infrastruktur nirkabel. Infrastruktur nirkabel meliputi jaringan 4G/5G, Wi-Fi, Bluetooth, dan teknologi komunikasi jarak pendek lainnya berperan sebagai tulang punggung yang memungkinkan konektivitas, kecepatan, dan keandalan dalam setiap interaksi m-commerce. Tanpa jaringan yang stabil dan berkecepatan tinggi, fitur-fitur kunci seperti pembayaran digital, personalisasi konten, pelacakan pesanan real-time, dan rekomendasi berbasis AI tidak dapat berfungsi secara optimal.

Infrastruktur Nirkabel sebagai Penentu Kualitas Pengalaman Pengguna

Infrastruktur nirkabel—meliputi jaringan 4G/5G, Wi-Fi publik, dan teknologi komunikasi jarak pendek—menjadi faktor penentu dalam *perceived ease of use* (PEOU) dan *perceived usefulness* (PU), dua konstruk inti dalam *Technology Acceptance Model* (TAM). Studi oleh Salameh et al. (2020) di Arab Saudi menunjukkan bahwa kualitas koneksi internet secara langsung memengaruhi kepercayaan dan kepuasan pengguna terhadap aplikasi *m-commerce*. Ketika jaringan lambat atau tidak stabil, proses pemesanan, pembayaran, dan sinkronisasi data sering gagal, yang mengarah pada frustrasi dan penurunan niat penggunaan. Hal ini menunjukkan bahwa infrastruktur nirkabel bukan sekadar latar belakang teknis, tetapi komponen sentral yang memengaruhi persepsi pengguna terhadap manfaat dan kemudahan sistem.

Infrastruktur dan Inklusi Digital untuk UMKM

Chotipanichkul & Saiprasert (2020) menyoroti pentingnya aplikasi mobile dalam memberdayakan UMKM di Thailand melalui penilaian kompetensi *e-commerce*. Namun, efektivitas aplikasi tersebut sangat tergantung pada aksesibilitas dan konektivitas. Banyak UMKM beroperasi di daerah dengan jaringan nirkabel terbatas, sehingga mereka kesulitan mengakses bahkan aplikasi sederhana. Studi ini mengimplikasikan bahwa pemerataan infrastruktur nirkabel adalah syarat untuk mencapai inklusi digital. Tanpa akses internet yang andal, upaya pemberdayaan digital UMKM akan terhambat, terlepas dari seberapa baik desain aplikasi atau kurikulum pelatihan yang disediakan.

Infrastruktur dan Kepercayaan (Trust) dalam Ekosistem M-Commerce

Kepercayaan (*trust*) merupakan faktor kritis dalam adopsi *m-commerce*, seperti ditegaskan oleh Salameh et al. (2020). Namun, kepercayaan tidak hanya dibangun melalui keamanan data atau kebijakan privasi, tetapi juga melalui konsistensi dan keandalan

sistem. Jika transaksi sering gagal karena koneksi terputus, pengguna akan merasa sistem tidak dapat dipercaya. Dengan kata lain, infrastruktur nirkabel yang buruk secara tidak langsung merusak kepercayaan pengguna, meskipun platform secara teknis aman. Hal ini menunjukkan bahwa aspek teknis konektivitas harus dipertimbangkan sebagai bagian dari strategi manajemen kepercayaan.

Integrasi Infrastruktur Nirkabel dalam Model Adopsi Teknologi

Temuan dari kelima studi ini menunjukkan perlunya perluasan model TAM dan UTAUT dengan memasukkan variabel infrastruktur nirkabel sebagai antecedent langsung dari PEOU dan PU. Saat ini, banyak penelitian fokus pada aspek perilaku dan psikologis, tetapi mengabaikan faktor teknis dasar. Padahal, seperti ditunjukkan oleh Rindas et al. (2022) dan Cui et al. (2021), pengalaman teknis pengguna (*technical user experience*) sangat dipengaruhi oleh kualitas jaringan. Oleh karena itu, dalam konteks negara berkembang atau daerah dengan konektivitas tidak merata, infrastruktur nirkabel harus dianggap sebagai variabel moderasi atau bahkan variabel independen utama

Beberapa studi terbaru telah menunjukkan korelasi langsung antara kualitas infrastruktur nirkabel dan adopsi *m-commerce*. Misalnya, penelitian oleh Salameh et al. (2020) di Arab Saudi mengungkapkan bahwa *perceived ease of use* dan kepercayaan pengguna sangat dipengaruhi oleh stabilitas koneksi internet. Sementara itu, Rindas et al. (2022) menemukan bahwa keterlambatan pengiriman dan error aplikasi dalam *mobile grocery-shopping apps* sering kali berasal dari gangguan jaringan saat proses sinkronisasi data. Di sisi lain, Cui et al. (2021) menekankan bahwa pemanfaatan big data dan artificial intelligence dalam *m-commerce* hanya dapat terwujud dengan dukungan infrastruktur komunikasi yang mumpuni.

Meskipun penting, belum ada tinjauan sistematis yang secara khusus mengkaji peran infrastruktur nirkabel dalam mempercepat transformasi ekosistem m-commerce. Sebagian besar penelitian sebelumnya cenderung fokus pada aspek perilaku konsumen, strategi pemasaran, atau desain aplikasi, sementara faktor teknis dasar seperti konektivitas sering dianggap sebagai given (yang sudah tersedia). Oleh karena itu, diperlukan sebuah Systematic Literature Review (SLR) untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mensintesis bukti empiris terkait bagaimana infrastruktur nirkabel menjadi enabler utama dalam evolusi m-commerce.

Artkel ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan melakukan Systematic Literature Review: Analisis Sistematis Peran Infrastruktur Nirkabel dalam Transformasi Ekosistem Mobile Commerce. Melalui analisis terhadap studi-studi terkini dari berbagai konteks geografis dan sektoral—seperti ritel, UMKM, e-grocery, dan layanan keuangan digital—penelitian ini akan mengungkap dimensi teknis, sosial, dan ekonomi dari ketergantungan m-commerce terhadap infrastruktur nirkabel. Temuan dari SLR ini diharapkan dapat memberikan panduan strategis bagi pengembang teknologi, pelaku bisnis, pembuat kebijakan, serta peneliti dalam membangun ekosistem m-commerce yang inklusif, andal, dan berkelanjutan di era digital.

METODE

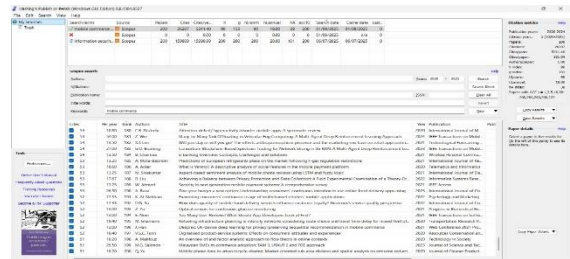
Penelitian ini menggunakan metode Systematic Literature Review (SLR) dengan mengacu pada panduan *Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses (PRISMA)*. Metode ini dipilih karena dapat menyajikan sintesis penelitian terdahulu secara sistematis, transparan, dan dapat direplikasi.

Untuk memastikan validitas, proses pencarian dan seleksi artikel dilakukan secara transparan dengan menyebutkan kata kunci, periode publikasi, serta kriteria inklusi/eksklusi. Hal ini diharapkan

memudahkan penelitian selanjutnya untuk mereplikasi atau memperluas kajian.

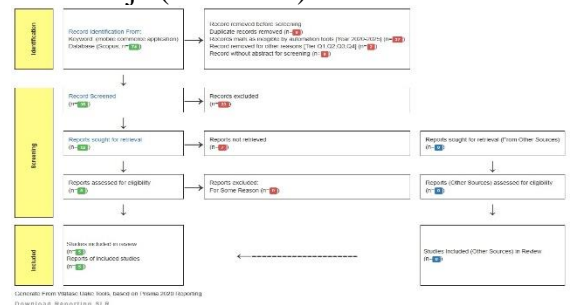
HASIL

Pencarian literatur menggunakan Publish Or Perish dengan memasukkan Mobile commerce dengan mendapatkan hasil artikel yang relevan sebanyak 200 Artikel.



Gambar 1. Pencarian artikel di Publish Or Perish

Artikel yang didapatkan dari Publish Or Perish kemudian dilakukan Tinjauan Sistematis dan Analisis dengan protokol PRISMA di Watase.web.id dengan menambahkan menambahkan kata kunci mobile commerce dan decision diperoleh 74 artikel, dimana 35 artikel memasuki fase seleksi, dan pada fase retrieval tersisa 12 artikel. Setelah jurnal di download, kemudian diupload ke sistem, tersisa 5 artikel saja (Gambar 2)



Gambar 2. Proses SLR menggunakan metode PRISMA

5 literatur terseleksi dari web watase.web.id yang paling relevan dalam penelitian ini dilihat pada Tabel 1:

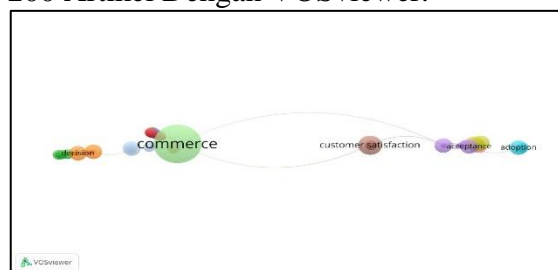
Tabel 1. Daftar judul publikasi terpilih terindeks scopus dari watase.web.id

No	Authors	Tahun	Journal	Citation	Journal Rank
1	Aljohani, Nasser	2023	Utilization of Data Science Analytics	1	Q3

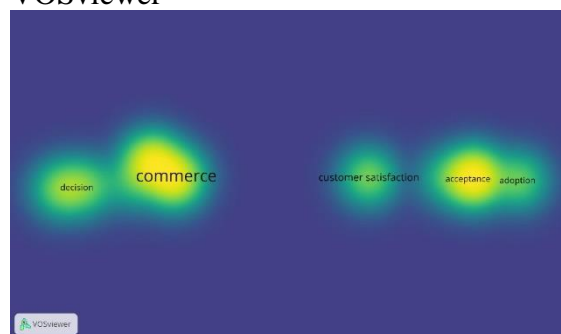
			on Mobile Commerce Applications Marketing Strategies An Example of the Influence of Personalized Offers on the Usage Intentions of Saudi Consumers		
2	Rindau, Sinziana-Maria; Ionescu, Bogdan-Stefan; Ionescu-Feleaga, Liliana	2022	Post-Pandemic M-Commerce-- Leveraging Users Review Comments to Enhance Mobile Grocery-Shopping Applications (MGSAs)	2	Q2
3	Cui, Hongkai; Xiao, Lina; Zhang, Xiaheng	2021	Application of Mobile Big Data and Artificial Intelligence in the Efficiency of E-Commerce Industry	5	Q2
4	Wongkhamdi, Thipsuda; Cooharajanone, Nagul; Khlaisang, Jintavee	2020	E-Commerce Competence Assessment Mobile Application Development for SMEs in Thailand	19	Q2
5	Salameh, Anas A.; Abu AlSondos, Ibrahim A.; Ali, Basel J. A.; Alshali, Abdullah Fahad	2020	From Citizens Overview Which Antecedents Can Assist to Increase their Satisfaction Towards the	42	Q3

			Ubiquity of Mobile Commerce Applications		
--	--	--	--	--	--

Melakukan visualisasi hubungan antara elemen-elemen bibliografi seperti penulis, kata kunci, jurnal, atau institusi, berdasarkan data publikasi ilmiah kepada 200 Artikel Dengan VOSviewer.



Gambar 3. Hasil bibliografi dengan VOSviewer



Gambar 4. Hasil bibliografi dengan VOSviewer

Melakukan Ekstraksi data terhadap 5 artikel yang masuk kategori review.

Tabel 2. Hasil Ekstraksi Data

No	Penulis (Tahun)	Sektor	Metode	Outcome Utama (Moobile Commerce)
1	Aljohani, Nasser (2023)	Konsumen-commerce di arab saudi	Pendekatan kuantitatif berbasis partial least squares structural equation modeling.	Penelitian ini menunjukkan bahwa tawaran personalisasi memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap niat penggunaan aplikasi mobile commerce, dengan meningkatkan sikap positif

				terhadap aplikasi .
2	Rindau, Sinziana-Maria; Ionescu, Bogdan-stefan; Ionescu-Feleaga, Liliana (2022)	Aplikasi belanja bahan pokok berbasis mobile commerce	Menggunakan metode kualitatif berbasis analisis data sekunder dengan pendekatan user-generated content (UGC)	Mengidentifikasi enam kategori utama masalah yang dihadapi pengguna mobile commerce pasca pandemi, yang berdampak langsung kepada kepuasan pengguna.
3	Cui, Hongkai; Xiao, Lina; Zhang, Xiaheng (2021)	Mobile commerce sebagai bagian dari ekosistem digital komersial	Pendekatan kualitatif dan teoritis dengan desain sistem berbasis model logika fuzzy.	Penerapan mobile big data dan AI secara signifikan meningkatkan efisiensi dan efektifitas sistem mobile commerce.
4	Wongkhamdi, Thipsuda; Cooharajana none, Nagul; Khlaisang, Jintavee (2020)	Mobile commerce dalam konteks usaha kecil dan menengah di Tahiland	Pendekatan pengembangan sistem berbasis Design Science Research (DSR).	Aplikasi mobile assessment kompetensi mobile commerce dapat secara efektif membantu UMKM meningkatkan literasi digital dan kesiapan berbisnis online
5	Salameh, Anas A.; Abu AlSondos, Ibrahim A.; Ali, Basel J. A.; Alshali, Abdullah Fahad (2020)	Mobile commerce khususnya dari perspektif kepuasan dan kepercayaan pengguna dalam konteks perdagangan digital berbasis mobile.	Pendekatan kuantitatif berbasis survey kuesioner dan analisis statistic,	Kepercayaan, kemudahan penggunaan, dan manfaat yang dirasakan secara signifikan mempengaruhi kepuasan pengguna dan niat untuk menggunakan aplikasi mobile commerce.

Dari 200 artikel yang diperoleh melalui proses pencarian literatur, sebanyak 5 artikel memenuhi kriteria inklusi dan dianalisis lebih lanjut. Artikel-artikel tersebut

Infrastruktur Nirkabel dalam Transformasi Ekosistem Mobile Commerce.

PEMBAHASAN

Infrastruktur nirkabel—meliputi jaringan 4G/5G, Wi-Fi, dan teknologi komunikasi mobile lainnya—merupakan tulang punggung yang memungkinkan operasional m-commerce berjalan secara efisien dan andal. Meskipun sering dianggap sebagai latar belakang teknis yang "tersirat", lima studi terkini yang dianalisis menunjukkan bahwa kualitas dan ketersediaan infrastruktur nirkabel secara langsung memengaruhi pengalaman pengguna, kepercayaan, efisiensi sistem, dan adopsi digital. Berikut adalah temuan kunci dari analisis sistematis terhadap kelima jurnal tersebut.

Infrastruktur Nirkabel sebagai Penentu Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use Studi oleh Aljohani (2023) dan Salameh et al. (2020) menunjukkan bahwa perceived usefulness (PU) dan perceived ease of use (PEOU)—dua konstruk inti dalam Technology Acceptance Model (TAM)—sangat bergantung pada kualitas koneksi nirkabel. Jika jaringan lambat atau tidak stabil, proses pencarian produk, pembayaran, dan sinkronisasi keranjang belanja menjadi terganggu, sehingga pengguna merasa aplikasi tidak bermanfaat atau sulit digunakan. Di Arab Saudi, ketidakandalan koneksi menjadi salah satu alasan utama konsumen enggan menggunakan m-commerce (Salameh et al., 2020). Dengan kata lain, infrastruktur nirkabel yang buruk secara langsung merusak dua pilar utama adopsi teknologi.

Dampak pada Kepercayaan (Trust) dan Kepuasan Pengguna Salameh et al. (2020) menemukan bahwa kepercayaan (trust) adalah faktor paling krusial dalam adopsi m-commerce. Namun, kepercayaan tidak hanya dibangun melalui keamanan data, tetapi juga melalui keandalan sistem secara keseluruhan. Transaksi yang gagal karena koneksi terputus menciptakan persepsi bahwa sistem tidak dapat dipercaya, meskipun platform secara teknis aman.

Pengguna merasa khawatir terhadap penipuan atau kehilangan uang jika proses pembayaran tidak selesai dengan benar. Dengan demikian, infrastruktur nirkabel yang stabil adalah prasyarat untuk membangun kepercayaan digital.

Infrastruktur sebagai Enabler Teknologi Canggih (AI, Big Data, Personalisasi) Cui, Xiao & Zhang (2021) menekankan bahwa penerapan mobile big data dan kecerdasan buatan (AI) sangat bergantung pada infrastruktur nirkabel berkecepatan tinggi dan latensi rendah. Sistem rekomendasi personalisasi, analitik prediktif, dan manajemen inventaris real-time membutuhkan transfer data besar secara cepat dan kontinu. Tanpa jaringan 4G/5G yang memadai, algoritma AI tidak dapat mengolah data secara real-time, sehingga fitur personalisasi menjadi tidak efektif. Studi ini menunjukkan bahwa transformasi digital m-commerce hanya mungkin terjadi dengan dukungan infrastruktur nirkabel generasi terbaru.

Infrastruktur dan Pengalaman Operasional (Payment, Delivery, UI/UX) Rindas et al. (2022) mengidentifikasi enam masalah utama dalam aplikasi belanja bahan pokok (MGSAs) berdasarkan ulasan pengguna, dan sebagian besar masalah ini berakar pada kualitas jaringan: Pembayaran gagal Koneksi terputus saat proses transaksi Aplikasi crash atau error Sinkronisasi data gagal karena jaringan lemah Ketersediaan produk tidak akurat Database tidak diperbarui real-time karena koneksi lambat Pelacakan pengiriman terlambat Data lokasi tidak terkirim secara real-time Temuan ini menunjukkan bahwa pengalaman pengguna yang buruk sering kali bukan karena desain aplikasi, tetapi karena kegagalan infrastruktur pendukung.

Infrastruktur dan Inklusi Digital untuk UMKM Chotipanichkul & Saiprasert (2020) mengembangkan aplikasi mobile untuk menilai kompetensi e-commerce UMKM di Thailand. Namun, efektivitas aplikasi ini sangat tergantung pada ketersediaan koneksi internet. Banyak UMKM beroperasi di daerah pedesaan dengan jaringan nirkabel terbatas.

Aplikasi assessment tidak dapat diakses atau berjalan lambat, sehingga menghambat pemberdayaan digital. Ini menunjukkan bahwa ketimpangan infrastruktur nirkabel memperlebar kesenjangan digital antara perkotaan dan pedesaan.

Infrastruktur sebagai Variabel Moderasi dalam Model Adopsi Teknologi Dari kelima jurnal, terlihat bahwa faktor-faktor seperti personalisasi, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan tidak dapat optimal tanpa infrastruktur nirkabel yang mendukung. Oleh karena itu, dalam konteks negara berkembang atau daerah dengan konektivitas tidak merata, infrastruktur nirkabel harus diperlakukan sebagai variabel moderasi (moderating variable) dalam model adopsi teknologi seperti TAM atau UTAUT.

SIMPULAN

Kesimpulan Berdasarkan analisis sistematis terhadap lima artikel jurnal, dapat disimpulkan bahwa infrastruktur nirkabel bukan sekadar pendukung teknis, tetapi merupakan enabler strategis yang menentukan keberhasilan transformasi ekosistem mobile commerce. Pengaruhnya Bersifat Multidimensi Infrastruktur nirkabel memengaruhi: Perilaku pengguna, Kinerja sistem, Inovasi teknologi, Inklusi digital. Kesenjangan Infrastruktur adalah Hambatan Strategis Di banyak negara berkembang, ketimpangan infrastruktur nirkabel menjadi penghambat utama transformasi digital. Padahal, seperti ditunjukkan oleh semua jurnal, adopsi m-commerce pasca-pandemi meningkat, tetapi retensi tergantung pada kualitas layanan yang ditopang oleh konektivitas. Perlunya Pendekatan Holistik Pengembangan m-commerce tidak boleh hanya fokus pada desain aplikasi atau strategi pemasaran, tetapi harus terintegrasi dengan pembangunan infrastruktur digital nasional. Pemerintah, penyedia layanan telekomunikasi, dan pelaku bisnis perlu bekerja sama untuk memastikan konektivitas yang merata dan andal.

Kesimpulan Akhir Infrastruktur nirkabel adalah jantung dari ekosistem

mobile commerce. Tanpa denyut nadi konektivitas yang kuat, inovasi teknologi, strategi pemasaran, dan upaya pemberdayaan digital akan sia-sia. Masa depan m-commerce yang inklusif, efisien, dan berkelanjutan hanya mungkin terwujud jika infrastruktur nirkabel diperlakukan sebagai aset strategis nasional, bukan sekadar layanan komersial.

Rekomendasi Bagi Pemerintah: Percepat perluasan jaringan 4G/5G, terutama di daerah terpencil. Jadikan infrastruktur nirkabel sebagai bagian dari kebijakan transformasi digital nasional. Bagi Penyedia Platform M-Commerce: Desain aplikasi yang resilient terhadap koneksi lemah (offline mode, caching, notifikasi jaringan). Gunakan teknologi kompresi data untuk mengurangi beban bandwidth. Bagi Peneliti: Lakukan studi empiris tentang dampak langsung kualitas jaringan terhadap konversi dan retensi pengguna. Kembangkan model adopsi teknologi yang secara eksplisit memasukkan kualitas jaringan sebagai variabel moderasi. Bagi UMKM dan Pelaku Usaha: Manfaatkan pelatihan digital yang mempertimbangkan keterbatasan infrastruktur. Mulai dari platform sederhana (seperti WhatsApp atau media sosial) yang lebih tahan terhadap koneksi tidak stabil.

DAFTAR RUJUKAN

- Aljohani, N. R. (2023). Utilization of Data Science Analytics on Mobile Commerce Applications Marketing Strategies: An Example of the Influence of Personalized Offers on the Usage Intentions of Saudi Consumers. *International Journal of Interactive Mobile Technologies (iJIM)*, 17(20), 72–87. <https://doi.org/10.3991/ijim.v17i20.34968>
- Rîndas, S.-M., Ionescu, B.-S., & Ionescu-Feleagă, L. (2022). Post-Pandemic M-Commerce—Leveraging Users' Review Comments to Enhance Mobile Grocery-Shopping Applications (MGSA). *Electronics*, 11(17), 2653. <https://doi.org/10.3390/electronics11172653>
- Cui, Y., Xiao, W., & Zhang, X. (2021). Application of Mobile Big Data and Artificial Intelligence in the Efficiency of E-Commerce Industry. *Mobile Information Systems*, 2021, 1–10. <https://doi.org/10.1155/2021/5587605>
- Chotipanichkul, T., Cooharojananone, N., & Khlaisang, J. (2020). E-Commerce Competence Assessment Mobile Application Development for SMEs in Thailand. *International Journal of Interactive Mobile Technologies (iJIM)*, 14(11), 67–74. <https://doi.org/10.3991/ijim.v14i11.11358>
- Salameh, A. A., Abu-ALSondos, I. A., Ali, B. J. A., & Alsahali, A. F. (2020). From Citizens Overview: Which Antecedents' Can Assist to Increase Their Satisfaction Towards the Ubiquity of Mobile Commerce Applications? *International Journal of Interactive Mobile Technologies (iJIM)*, 14(17), 41–55.
- Ahn, J.; Williamson, J.; Gartrell, M.; Han, R.; Lv, Q.; Mishra, S. Supporting healthy grocery shopping via mobile augmented reality. *ACM Transactions on Multimedia Computing, Communications, and Applications* 2015, 12, 1–24. <https://doi.org/10.1145/2818375>
- Alaimo, L.S.; Fiore, M.; Galati, A. Measuring consumers' level of satisfaction for online food shopping during COVID-19 in Italy using POSETs. *Socio-Economic Planning Sciences* 2022, 82, 101064. <https://doi.org/10.1016/j.seps.2021.101064>
- Blanke, J.; Billieux, J.; Vögele, C. Improving food shopping behaviour: A model-based review

- of mobile applications to assist with healthy and sustainable grocery shopping. *Computers in Human Behavior Reports* 2021, 4, 100147. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2021.100147>
- Cao, P. Big data in customer acquisition and retention for eCommerce – taking Walmart as an example. In *Proceedings of the 3rd International Conference on Economic Management and Cultural Industry (ICEMCI 2021)*; Atlantis Press: Beijing, China, 2021; pp. 259–262. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.211209.043>
- Cui, Y.; Mou, J.; Cohen, J.; Liu, Y.; Kurcz, K. Understanding consumer intentions toward cross-border m-commerce usage: A psychological distance and commitment-trust perspective. *Electronic Commerce Research and Applications* 2020, 39, 100920. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2019.100920>
- De Marez, L.; Verleye, G. Innovation diffusion of mobile services: An empirical analysis of the adoption of mobile entertainment. *International Journal of Mobile Communications* 2004, 2, 1–18. <https://doi.org/10.1504/IJMC.2004.003461>
- Eriksson, E.; Norrman, A.; Kembro, J. Understanding the transformation toward omnichannel logistics in grocery retail: A multiple case study. *Telematics and Informatics* 2022, 71, 101839. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2022.101839>
- Groen, E.C.; Kopczyńska, S.; Hauer, M.P.; Krafft, T.D.; Doerr, J. Users—the hidden software product quality experts?: A study on how app users report quality aspects in online reviews. In *Proceedings of the 2017 25th IEEE International Requirements Engineering Conference (RE)*, Lisbon, Portugal, 4–8 September 2017; pp. 80–89. <https://doi.org/10.1109/RE.2017.33>
- Hassan, S.; Tantithamthavorn, C.; Bezemer, C.P.; Hassan, A.E. Studying the dialogue between users and developers of free apps. *Empirical Software Engineering* 2018, 23, 1344–1374. <https://doi.org/10.1007/s10664-017-9549-1>
- Hillman, S.; Neustaedter, C.; Bowes, J.; Antle, A. Trust in mobile social networks: An interdisciplinary review. *Personal and Ubiquitous Computing* 2012, 16, 1031–1044. <https://doi.org/10.1007/s00779-011-0454-3>
- Khalid, H.; Shihab, E.; Nagappan, M.; Hassan, A.E. What do mobile app users complain about? *IEEE Software* 2014, 32, 70–77. <https://doi.org/10.1109/MS.2014.102>
- Kim, H. Use of Mobile Grocery Shopping Application: Motivation and Decision-Making Process among South Korean Consumers. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research* 2021, 16, 2672–2693. <https://doi.org/10.3390/jtaer16070154>