

DAFTAR PUSTAKA

- Arrosyid, Mochammad Iqbal. 2018. *Analisis Pengaruh Promosi Kepuasan Pelanggan Dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Ulang Pada Aplikasi Belanja Online Di Lazada (Studi kasus di Surakarta)*. Naskah Publikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Azwar, Saifuddin. 2008. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Balawera, Asrianto. 2013. *Green Marketing dan Corporate Responsibility Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Membeli Produk Organik di Freshmart Kota Manado*. Jurnal EMBA, Volume 1, Nomor 4.
- CNN Indonesia. 2019. *Transformasi Ekonomi Digital Terkendala Gap Infrastruktur*, <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20190822180324-532-423868/transformasi-ekonomi-digital-terkendala-gap-infrastruktur>, diakses pada tanggal 2 Desember 2020.
- Dewantoro, Shandy. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Tokopedia*. Naskah Publikasi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto dan Tony Sitinjak. 2001. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- G. Leon Schiffman dan Lazar L Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Jakarta: Indeks.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/22/inilah-10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbesar> diakses pada tanggal 16 Januari 2021
- <https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>, diakses pada tanggal 2 Desember 2020.
- <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200312142052-37-144382/shopee-nomor-satu-tokopedia-kedua-bukalapak-apa-kabar> diakses pada tanggal 16 Januari 2021
- <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190904180318-185-427551/tokopedia-tanggapi-riset-soal-terbanyak-dikunjungi-di-q2-2019> diakses pada tanggal 16 Januari 2021
- <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/05/16/ketika-e-commerce-saling-serobot-berebut-tahta> diakses pada tanggal 16 Januari 2021

- Imam, Wahid dan Rodhiyah. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Semarang*. Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.
- Iskandar, Dani dan Muhammad Irfan Bahari Nasution. 2019. *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i FEB UMSU)*. Jurnal Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan, 1 (1): 128-137.
- Kotler, Philip dan Garry Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1., Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Garry Armstrong. 2010. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2, Edisi 12. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kumparan, 2018, *Meningkatkan Penjualan Perusahaan di Era Revolusi Industri 4.0*, <https://kumparan.com/venture/meningkatkan-penjualan-perusahaan-di-era-revolusi-industri-4-0-1rJQAjbOAIh/full>, diakses pada tanggal 2 Desember 2020.
- Li, Chunfa. Chu, Mingse & Xie, W. 2020. *A 2020 Perspective on “Is It Always Advantageous to Add on Item Recommendation Service With a Contingent Free Shipping Policy in Platform Retailing?”*. Electronic Commerce Research and Applications.
- Magfira, Nurul. 2018. *Pengaruh Kualitas Barang Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Makassar)*, Jurnal Universitas Negeri Makassar.
- Maisyarah, Vivi dan Liasta Ginting. 2013. *Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry Pada Mahasiswa Manajemen Ekstensi Fakultas Ekonomi USU*. Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi USU. Vol. 1, No. 2. Medan : USU.
- Melisa Jaya Nasution, 2018, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Belanja Online Shopee Pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara Medan*, Skripsi, Universitas Sumatera Utara Medan.
- Muhammad Ahsan Ridhoi. 2020. Mengapa Animo Belanja Online Tak Surut Meski Tertekan Pandemi? <https://katadata.co.id/muhammadridhoi/analisisdata/5fd88300336b8/mengapa-animo-belanja-online-tak-surut-meski-tertekan-pandemi> diakses pada

tanggal 6 Januari 2021.

- Olson, Jerry C. dan Peter J. Paul. 2014. *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Edisi.Sembilan. Buku 2. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Prilano, Kelvin, Andriasan Sudarso dan Fajrillah. 2020. *Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada*. Journal of Business and Economics Research (JBE) Vol 1, No 1: 1-10.
- Putra, Eko. 2020. *Pengaruh Promosi Melalui Sosial Media dan Review Produk Pada Marketplace Shopee Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa STIE Pasaman)*. e-Jurnal Apresiasi Ekonomi Volume 8, Nomor 3: 467- 474.
- Rohmah, Miftahur. 2018. *Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Situs Jual Beli Online Elevenia*. JOM FISIP Vol. 5: Edisi II.
- Santosa, Prasaja Bondan. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Distribusi, Promosi Dan Kemudahan Berbelanja Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Ecommerce Shopee*. Naskah Publikasi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Santoso, Singgih. 2002. *Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Setiadi, N.J. 2003. *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : Kencana.
- Silaban, Bernard E. dan Desi Rosdiana. 2020. *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Online Shop Sociolla*. ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis, Vol. 23 No. 3.
- Sistaningrum. 2002. *Manajemen Promosi Pemasaran*. Jakarta: PT Index.
- Sugihartono, dkk. 2007. *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Pers.
- Sugiyono. 2014, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang, 2014. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Supriyadi, dkk. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Bisnis dan Manajemen, Volume 3 No. 1,
- Sutisna, 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Cetakan Ketiga.

Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Swastha, Basu dan Irawan. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Syaiful, Irfan Aulia, Khairul Rizal, Anggit Verdaningrum Kumala Sari. 2017. *Proses Pengambilan Keputusan Pembelian di Toko Daring: Peran Faktor Psikologis Persepsi Kualitas Produk dan Tingkat Kepercayaan*. Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi, Vol 2, No 2.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality and Satisfaction*, ed. 3. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pamasaran Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. 2009. *Strategi Pemasaran Edisi Kedua*. Yogyakarta : Andi Offset.

Tulanggow, Sharen G., Tinneke M. Tumbel dan Olivia Walangitan. 2019. *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian PT. Shopee International Indonesia Di Kota Manado*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 9. No. 3: 35-43.

Walgito, Bimo. 2002. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset.

Weenas, Jackson R. S. 2013. Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. Jurnal EMBA Vol. 1 No. 4.

Wibawa, Triandi. 2020. *Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Belanja Online Shopee*. Naskah Publikasi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Widarjono, Agus. 2010. *Analisis Statistika Multivariat Terapan*. Edisi pertama. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Widiyanti, Wiwik. 2017. *Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek dan Media Iklan Instagram terhadap Keputusan Pembelian Produk Ninebox (Studi Kasus pada follower @tempattasdotcom)*. Jurnal Cakrawala, Vol. XVII, No. 1.

www.dailysocial.id, diakses pada tanggal 2 Desember 2020.

Yoesmanam, Indarto Candra. 2015. *Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kosmetik Organik*. BISMA Jurnal Bisnis dan Manajemen, Volume 7 No. 2: 134-142.

Yosephus Galih Primadasa, 2019, *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee (Studi*

Pada Karyawan PT.Percetakan Gramedia Cikarang), Skripsi. Universitas Pelita Bangsa Bekasi.