

DAFTAR PUSTAKA

- ADA (Analytic Data Advertising). (2020). *Dampak Pandemi Covid-19 Penggunaan Aplikasi Belanja Melonjak 300%*. [Online]. Tersedia: <https://katadata.co.id/agungjatmiko/digital/5e9a41c9cb3c5/dampak-pandemi-covid-19-penggunaan-aplikasi-belanja-melonjak-300> (diakses 13 Juli 2020).
- Alma, Buchari. (2018). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amri, Mulya. (2020). *Riset KIC: Perempuan Lebih Sering Belanja di E-Commerce Ketimbang Pria*. [Online]. Tersedia: <https://katadata.co.id/agustiyanti/digital/5f297dd1ae890/riset-kic-perempuan-lebih-sering-belanja-di-e-commerce-ketimbang-pria> (diakses 15 Mei 2021).
- APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet). (2020). *Ragam Alasan Konsumen Pilih Belanja Online*. [Online]. Tersedia: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/ragam-alasan-konsumen-pilh-berbelanja-online#> (diakses 20 November 2020).
- Aulia, Gina., Husnurrofiq. & Syahrani. (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Online Melalui Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Uniska Banjarmasin)*. EPrints UNISKA.
- Bahri, Syaiful. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis - Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Bimantoro. (2019). *Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Online Melalui Aplikasi Mobile Shopee*. Unika Soegijapranata.
- Bisnis.com. (2020). *Transaksi Shopee Naik 130 Persen, Raja E-Commerce Indonesia?.* [Online] Tersedia: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200901/12/1285887/transaksi-shopee-naik-130-persen-raja-e-commerce-indonesia> (diakses 15 September 2020).

- BPKN (Badan Perlindungan Konsumen Nasional). (2020). *Pengaduan Soal E-Commerce Naik Signifikan Pada 2020*. [Online]. Tersedia: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20201214/12/1330551/pengaduan-soal-e-commerce-naik-signifikan-pada-2020> (diakses 7 April 2021).
- BPS (Badan Pusat Statistik). (2020). *Belanja Rumah Tangga Meningkat Selama Pandemi Covid-19*. [Online]. Tersedia: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/06/03/belanja-rumah-tangga-meningkat-selama-pandemi-covid-19> (diakses 20 Juli 2020).
- Demanda, Festy. O. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Throwback Coffee + Kitchen Cikarang*. President University Respository.
- Devi, Lenggang. K. I. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Surabaya)*. Digital Library UIN Sunan Ampel.
- Fahrevi, Sendy. R. & Satrio, Budhi. (2018). *Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online di Shopee.co.id*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol VII No III.
- Fatihudin, Didin & Firmansyah, Anang. (2019). *Pemasaran Jasa : Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Sleman, Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah, Anang. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah, Anang. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Surabaya: CV Penerbit Qiara Media.

- Firmansyah, Anang. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, Anang. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 : edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Shopeekarir. *Shopee Is The Leading E-Commerce Platform in Southeast Asia and Taiwan*. [Online]. Tersedia: <https://careers.shopee.co.id/about> (diakses 1 Desember 2020).
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Iprice, Group. (2020). *Peta E-Commerce Indonesia*. [Online]. Tersedia: <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/> (diakses 13 Juli 2020).
- Kompas.com. (2020). *Cegah Penyebaran Corona Shopee Pastikan Barang Yang Dikirim Telah Disterilkan*. [Online]. Tersedia: <https://money.kompas.com/read/2020/03/31/213756026/cegah-penyebaran-corona-shopee-pastikan-barang-yang-dikirim-telah-disterilkan> (diakses 13 Juli 2020).
- Kotler, Philip. & Armstrong, Gary. (2018). *Principles of Marketing 17/E*. United Kingdom: Pearson.
- Kotler, Philip. & Keller, Kevin. L. (2016). *Marketing Management, 15 Edition*. Essex, England: Person Education.
- Kurniawan, Arief. R. (2018). *Dasar-Dasar Marketing: Segala Hal Tentang Marketing dan Sales*. Yogyakarta: Quadrant.

- Landaoe, Edo. M. (2018). *Analisis Kualitas Website E-Commerce Pada Website Shopee.co.id di Indonesia Dengan Menggunakan Metode Webqual 4.0*. Open Library Telkom University.
- Laraspati, Angga. (2020). *Pandemi Corona Shopee Nyatakan Diri Jadi Pejuang Belanja Dari Rumah*. [Online]. Tersedia: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4954359/pandemi-corona-shopee-nyatakan-diri-jadi-pejuang-belanja-dari-rumah> (diakses 5 Agustus 2020).
- Malau, Harman. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Masruroh, Siti. (2017). *Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Instagram Pada Azkurah Online Shop di Surabaya*. Jurnal Ekonomi dan Perkembangan Bisnis. Vol I No II.
- Mutiara. & Madiawati, Putu. N. (2019). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Nature Republic Aloe Vera 92% Soothing Gel*. E-Proceeding of Management. Vol VI No I.
- Mothersbaugh, David. L. & Hawkins, Del. I. (2016). *Consumer Behavior Building Marketing Strategy*. 13 Edition. New York: McGraw-Hill Education.
- Nurdin, Ismail. & Hartati, Sri. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Priansa, Donni. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Prilano, Kevin., Sudarso, Andriasan. & Fajrillah. (2020). *Pengaruh Harga, Keamanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada*. Journal of Business and Economics Research (JBE). Vol I No I.

- Priyatno, Duwi. (2017). *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Raharjo, Sahid. (2021). *Download Distribusi Nilai Tabel Statistik Lengkap*. [Online]. Tersedia: <https://www.spssindonesia.com/2014/02/download-distribusi-nilai-tabel.html> (diakses 26 Juni 2021).
- Retina, Silmi. Roly. & Madiawati, Putu. N. (2019). *Pengaruh Kualitas Jasa dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shelter Garut Trip Organizer*. Open Library Telkom University.
- Rizki, Amalia. G., Hidayat, Kadarisman. & Devita, Lusy. D. R. (2019). *Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Indonesia (Studi pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 yang Membeli Barang Secara Online di E-commerce)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol LXXII No II.
- Saleh, Muhammad. Y. & Said, Miah. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV Sah Media.
- Schiffman, Leon. G. & Wisenblit, Joe. (2019). *Consumer Behavior - 12/E*. New York: Person.
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Sudjatmika, Fransiska. V. (2017). *Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia.com*. AGORA. Vol V No I.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Surliana., Zulkarnaen., Irianto. & Kisnawati, Baiq. (2020). *Pengaruh Harga, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Konsumen*

Lazada). Jurnal Komptetitif: Mediaa Informasi Ekonomi Pembangunan, Manajemen dan Akuntansi. Vol VI No I.

Tanady, Edi. S. & Fuad, Muhammad. (2020). *Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta*. Jurnal Manajemen. Vol IX No II.

Tjiptono, Fandy. (2017). *Service Management : Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Unaradjan, Dominikus. Dolet. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Penerbit Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.

Wikipedia. (2017). *Berkas: Shopee Logo*. [Online]. Tersedia: <https://id.wikipedia.org/wiki/Berkas:Shopee-logo.jpg> (diakses: 26 Juni 2021).

Yosie, dkk. (2018). *Consumer Behavior In Era Millennial*. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli.