

DAFTAR PUSTAKA

- A. Muri Yusuf. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan* (Edisi Pert). Jakarta: Kencana.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran & Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ananta, W. Y., & Oktafani, F. (2019). Pengaruh Faktor Internal Individu Dan Lingkungan Eksternal Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Bisnis Pada Universitas Di Kota *EProceedings of Management*, 6(2), 4250.
- canggih.id. (2021). *3 Prediksi Shopee Soal Pasar e-Commerce Indonesia di 2021*. Canggih.Id.
- Darandono. (2018). *Strategi Memenangkan Commerce Pasar Bisnis*. SWA.Co.Id. <https://swa.co.id/swa/trends/business-research/strategi-memenangkan-pasar-bisnis-e-commerce> Penulis
- Fahrevi, S. R., & Satrio, B. (2018). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Online di Shopee.co.id. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(3), 5–6.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Sleman: Cv Budi utama.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Pengantar E - Marketing*. Pasuruan: Qiara Media.
- Gunawan, C. (2020). *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengelola Data Penelitian New Edition Buku Untuk Orang Yang (Merasa) Tidak Bisa Dan Tidak Suka Statistik*. Sleman: Cv Budi utama.
- Handayani, T., & Fathoni, A. M. (2019). *Buku Ajaran Manajemen Pemasaran Islam* (Suryani (ed.)). Sleman: Budi Utama.
- Hendri Sudarsono. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jember: CV Pustaka Abadi.
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Grasiondo.

- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42.
- Jamaludin, F. (2020). *Pengguna Internet Indonesia Capai 196 Juta di Tahun 2019 sampai Q2 2020*. Merdeka .Com.
- Jayani, D. H. (2020). *Peta Persaingan E-Commerce Indonesia pada Kuartal II-2020*. Www.Databoks.Katadata.Co.Id.
- Kotler, P., Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Volkov, M. (2018). Principles of marketing. In *Pearson Education, Inc* (13th editi). United States: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., Armstrong, G., C.Harris, L., & He, H. (2020). *Principles of Marketing Eighth Europe an Edition* (17th Editi). United States: Pearson Education.
- _____ (2020). *Principles of Marketing Eighth Europe an Edition* (Eight Euro). United States: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, kevin L. (2016). Marketing Management. In *Global Marketing* (15th editi). United States: Pearson Education.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2015). *E -commerce Business Technology Society*. USA: Prentice Hall.
- _____ (2016). *E -commerce Business Technology Society* (12th ed.). England: Pearson Education, Inc.
- _____ (2017). *E-commerce 2017: Business, Technology, Society* (13th Edition) Global Edition. In *Pearson* (13th editi). England: Pearson Education, Inc.
- Mal, L. H., & Mertayasa, I. G. A. (2018). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Di Situs Traveloka.Com Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Humaniora Universitas Dhyana Pura Bali. *Jurnal Ekonomi Dan*

Pariwisata, 13(1), 65.

- Mauludiyahwati, S. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Risiko Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei Pada Konsumen www.lazada.co.id). In *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta* (Vol. 4). Universitas Negeri Yogyakarta.
- Mulyawan, D. R. (2016). *Birokrasi dan Pelayanan Publik* (W. Gunawan (ed.)). Sumedang: Unpadpress.
- Mulyono. (2018). *Berprestasi Melalui JEP Ayo Kumpulkan Angka Kreditmu*. Sleman: Cv Budi utama.
- Rahman, A., & Dewantara, R. Y. (2017). Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Minat Menggunakan Situs Jual Beli Online. *Jurnal Admonistrasi Bisnis*, 52(1), 1–7.
- Rukin. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Sulawesi Selatan: Ahmar Cendekia Indonesia.
- Sandi, K., Habibi, R., & Fauzi, M. N. (2020). *Tutorial PHP Marchie Learning Menggunakan Regresi Linear Berganda Pada Aplikasi Bank Sampah Istimewa Versi 2.0 Berbasis Web* (R. M. Awangga (ed.)). Bandung: Kreatif Industri Nusantara.
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 130.
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Silcyljeova Moniharapon. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 883.
- Stair, R. M., & Reynolds, G. W. (2018). *Principles of Information Systems* (13th ed.). United States: Cengage Learning.
- Sugiyono. (2014). *Metodelogi penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Sleman:

Alfabeta.

_____ (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

_____ (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Suliyanto. (2018). *Metodelogi Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, Disertasi*. Yogyakarta: Andi Offset.

Supriadi. (2018). Konsep Harga dalam Ekonomi Islam. In *Guepedia*. Jakarta: Guepedia.

Tanagan, R. D. (2017). Analisis Pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Pengalaman Belanja Terhadap Minat Beli Produk Fashion Secara Online Pada PT. XYZ Di Cikarang. In *Skripsi Fakultas Bisnis President University*. President University.

Wasli, A. (2020). *Sejarah Awal berdirinya Marketplace Tokopedia , Shopee, lazada, Blibli, dan Jd.id*. Teknologi.Id.

Wijayanti, D. (2020). *Marketplace pedia* (Pratiwi (ed.)). Jogjakarta: Laksana.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2017). Services marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm. In *Business Horizons* (Seventh, Vol. 51, Issue 3). New York: Mc. Graw Hill.