

## Daftar Pustaka

- Bastian, D. A. (2014). Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–9.
- Erdawati, E. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Iklan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Shopee. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(3), 365–371. <https://doi.org/10.31846/jae.v8i3.331>
- Heni, D., Mursito, B., & Damayanti, R. (2020). Pengguna Situs Shopee. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta*, 18(2), 146–150.
- Indrajaya, S. (2016). Analisa pengaruh kemudahan belanja, kualitas produk belanja di toko online. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Sosial, Jilid 5, N*, 134–141.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, dan HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>
- Putra, E. (2020). PENGARUH PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA DAN REVIEW PRODUK PADA MARKETPLACE SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ( Studi pada Mahasiswa STIE Pasaman ). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(3), 467–474. <https://doi.org/10.31846/jae.v8i3.298>
- Rizki, A. G., Hidayat, K., & Devita, L. D. R. (2017). Pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian pada e-commerce Shopee Indonesia (Survei 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)*, 72(2), 49–56.
- Yusuf, R., Hendrayati, H., & Adi Wibowo, L. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v1i2.289>
- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Cahyani, D. R. (2019, Desember 18 ). *Harbolnas transaksi shopee tembus Rp 1,3 T dalam 24 jam*. Retrieved from *Bisnis Tempo*: <https://www.google.co.id/amp/s/bisnis.tempo.co/amp/1285272/harbolnas-transaksi-shopee-tembus-rp-13-t-dalam-24-jam>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 319-340.

- Fandy Tjiptono, G. C. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ferdinand, A. (2009). *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: FE UNDIP.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek dan Psikologi Konsume : Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariante Dengan Program IMB SPAA 21*. Bandung: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. &. (2004). *Principle of Marketing*. In *10th edition / International Edition*. Prentice Hall: New Jersey.
- Kotler, P. K. (2001). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Malhotra, N. K. (2009). *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*. Jakarta: PT Index.
- Rahayu, I. S. (2015). Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta). *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*.
- Ramdhani, G. (2019, Januari 7). *Shopee Jadi Jawara Industri E-Commerce Asia Tenggara di 2018, Ungguli Tokopedia dan Lazada*. Retrieved from [www.liputan6.com](http://www.liputan6.com): <https://m.liputan6.com/tekno/read/3863609/shopee-jadi-jawara-industri-e-commerce-asia-tenggara-di-2018-ungguli-tokopedia-dan-lazada>
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sangadji, Etta, M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian (Ed. Pertama)*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: ALFABETA.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi ke 3*. Yogyakarta: Andi.
- Wardoyo, & Andini, I. (2017). Sosial Facebook Dalam Penerapan Strategi Promosi Penjualan Online Shop. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v19il.5101>.
- Widiyanto, I., & Prasilowati, S. (2015). Perilaku Pembelian Melalui Internet. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 109-112.
- Wikipedia. (n.d.). *Perusahaan Shopee*. Retrieved from <https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee>
- Wikipedia. (n.d.). *Shopee*. Retrieved from Wikipedia: <https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee>
- Wiyono, & Gendro. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis spss17.0 & Smart PLS 2.0*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.