

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Advertorial. (2021). Belanja Online Murah di Akhir Bulan: Ikut Promo WIB Tokopedia. *Tirto*. Retrieved from <https://tirto.id/belanja-online-murah-di-akhir-bulan-ikut-promo-wib-tokopedia-gaBv>
- Agahari, W. (2017). Peluang dan Tantangan Ekonomi Digital di Indonesia. *Kumparan*. Retrieved from <https://kumparan.com/wirawan-agahari/peluang-dan-tantangan-ekonomi-digital-di-indonesia>
- Amalia, N. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 96–104.
- Amron. (2018a). *Effects Of Product Quality, Price, And Brand Image On The Buying Decision Of City Car Product*. 6(4), 1–8. <https://doi.org/10.14738/abr.64.4374>.
- Amron. (2018b). *The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars*. *European Scientific Journal, ESJ*, 14(13), 228. <https://doi.org/10.19044/esj.2018.v14n13p228>
- Anggi. (2020). Tokopedia Punya 4 Kelebihan Untuk Berjualan. *Kumparan*. Retrieved from <https://kumparan.com/berita-update/tokopedia-punya-4-kelebihan-untuk-berjualan-1uILBvoMQyi/full>
- Arianthi, D. E., & Sampurna, D. S. (2020). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Shopee)*.
- Ashari, N. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Diskon, Kualitas Pelayanan, dan*

Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Traveloka.

- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deeppublish.
- Atmadjati, A. (2018). *Layanan Prima dalam Praktik Saat Ini*. Yogyakarta: Deeppublish.
- Aulia, W. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Samsung Galaxy A5 Warga Kecamatan Cilandak Jakarta Selatan*.
- Belch, G., & Belch, M. (2015). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. McGraw Hill.
- Bilson, S. (2011). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Chaffey, D., & Smith, P. (2013). *Emarketing Excellence: Planning and Optimizing Your Digital Marketing (Fourth Edi)*. Routledge.
- Devi, R. W. S. (2019). Seputar E-Commerce, Manfaat Hingga Jenisnya. *Detik*. Retrieved from <https://inet.detik.com/business/d-4696146/seputar-e-commerce-manfaat-hingga-jenisnya>
- Echdar, S. (2017). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Faruq, U. (2018). *Electronic Word Of Mouth, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs E-commerce (Studi Pada Zalora Indonesia Di Semarang)*.
- Fauzan, R. (2020). Pengunjung Bulanan Shopee Capai 93 Juta Orang, Geser Tokopedia. *Bisnis*. Retrieved from <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200824/12/1282601/pengunjung-bulanan-shopee-capai-93-juta-orang-geser-tokopedia>

Gusti Pangestu, 2021

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN PADA E-COMMERCE TOKOPEDIA (PENELITIAN PADA GENERASI MILENIAL DI JAKARTA)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

- Fauzia, M. (2019). Perempuan Indonesia Belanja Online: Impulsif hingga Tergiur Gratis Ongkir. *Kompas*. Retrieved from <https://money.kompas.com/read/2019/04/04/123029126/perempuan-indonesia-belanja-online-impulsif-hingga-tergiur-gratis-ongkir?page=all>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (Semarang, Ed.). Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, Agusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen* (Edisi Keli). Semarang: AGF Books.
- Feriyanto, A., & Triana, E. (2015). *Pengantar Manajemen*. Kebumen: Mediatera.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hariyawati, S., & Ayu, M. (2018). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Jam Tangan Merek Casio*.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Hidayat, A. A. (2020). 85 Persen Konsumen E-commerce Berasal dari Generasi Z dan Milenial. *Tempo*. Retrieved from https://bisnis.tempo.co/read/1372514/85-persen-konsumen-e-commerce-berasal-dari-generasi-z-dan-milenial?page_num=1
- Iman, M. (2020). Di Balik Alasan Kenapa Milenial Suka Belanja Online. *Good News From Indonesia*. Retrieved from <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/16/di-balik-alasan-kenapa->

milenial-suka-belanja-online

- Iprice Insights. (2020). The Map of E-commerce in Indonesia. Retrieved from Iprice.co.id website: <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/en/>
- Jimmy. (2019). Buruknya Pelayanan Keluhan Konsumen Tokopedia. Retrieved from Surat Pembaca Kompas website: <https://inside.kompas.com/tanggapan/read/54908/Buruknya-Pelayanan-Keluhan-Konsumen-Tokopedia>
- Juhaeri. (2018). The Influence of Brand Image, Service Quality, Price Perception and Trust on the Purchase Decision of Welding Workshop Welding Www.Kanopirumah.Com. *Jurnal Pinisi Discretion Review*, 2(1), 17–24.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management ; Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (Fourth Edi). Pearson Education Inc.
- Kotler, P., & Armstong, G. (2014). *Principles of Marketing, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing (16th)*. Pearson Education Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management (14th Editi)*. Pearson Education Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran edisi Ke-13. Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016b). *Marketing Management 15th Global Edition. In England: Pearson Educationn Limited*.
- Laudon, K., & Traver, C. G. (2014). *E-commerce 2014 : Business Technology*.

Gusti Pangestu, 2021

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN PADA E-COMMERCE TOKOPEDIA (PENELITIAN PADA GENERASI MILENIAL DI JAKARTA)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

New York: Pearson Education Limited.

- Luthfi, A. (2015). *Beda Model Bisnis Lazada Versus Tokopedia*. *Okezone*. Retrieved from <https://techno.okezone.com/read/2015/11/12/207/1248403/beda-model-bisnis-lazada-versus-tokopedia>
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama*. Jakarta: Wacana Media.
- Mubarok, M. M. (2018). *Pengaruh Brand Image dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Batik Jetis Sidoarjo Dimediasi Oleh Minat Beli*.
- Mudiar, W., & Hervianto, D. R. (2019). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Online Tokopedia (Studi Pada Konsumen Tokopedia Jakarta)*.
- Mulya Firdausy, C., & Idawati, R. (2017). Effects of Service Quality, Price and Promotion on Customers' Purchase Decision of Traveloka Online Airline Tickets in Jakarta, Indonesia. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 3(2), 42–49. <https://doi.org/10.18775/ijmsba.1849-5664-5419.2014.32.1004>
- Naasution, R. K. (2020). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online (Studi Kasus pada Konsumen Shopee Sumatera Utara)*.
- Noor, J. (2014). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana.
- Nugroho, P. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Go-Jek Di ITC BSD*. (2), 2–3.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Pressindo.

Gusti Pangestu, 2021

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN PADA E-COMMERCE TOKOPEDIA (PENELITIAN PADA GENERASI MILENIAL DI JAKARTA)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

- Okti, F. (2020). Sudah Transfer ke Rekening Tokopedia, Namun Pembayaran Tak Kunjung Terverifikasi dan Dana Tidak Dikembalikan. Retrieved from Media Konsumen website: <https://mediakonsumen.com/2017/10/30/surat-pembaca/transfer-ke-tokopedia-pembayaran-tak-terverifikasi-dana-tidak-dikembalikan>
- Peter, P., & Olson, J. (2009). *Customer Behavior, Jilid 2, Edisi Kelima*. Jakarta: Erlangga.
- Prahasto, I. H. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian Kamera Canon*.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Sosial* (CV Pustaka). Bandung.
- Rahayu, A. C. (2020). Penjual di Tokopedia Bertambah 1,7 Juta Sampai Juli 2020. *Kontan*. Retrieved from <https://industri.kontan.co.id/news/penjual-di-tokopedia-bertambah-17-juta-sampai-juli-2020>
- Rahman, A. (2010). *Panduan Pelaksanaan Administrasi Perpajakan : Untuk Karyawan, Pelaku Bisnis dan Perusahaan*. Bandung: Nuansa Cendikia.
- Rosmayanti. (2019). 104 Perusahaan Pemenang Millennial's Top Brand Award 2019. Retrieved from Warta Ekonomi website: <https://www.wartaekonomi.co.id/read213014/104-perusahaan-pemenang-millennials-top-brand-award-2019>
- Rossanty, Y., Nasution, & Ario. (2018). *Consumer Behaviour In Era Millennial*. Medan: Lembaga Penelitian Dan Penulisan Ilmiah Aqli.
- Sangadji, E. M., & Sopiiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Andi.
- Sarjono, & Julianita. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2007). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks

Gramedia.

Setyaningrum, A. (2015). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Setyowati, D. (2020). Pengguna Internet Indonesia Naik Jadi 196,7 Juta, Peluang Bagi Startup. *Kata Data*. Retrieved from <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5fa911794f3e6/pengguna-internet-indonesia-naik-jadi-196-7-juta-peluang-bagi-startup>

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suryani, T. (2017). *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global Menciptakan Nilai Unggul Untuk kepuasan Nasabah*. Jakarta: Prenadamedia.

Susanto, H. (2016). The Effect of Brand Image, Product Quality and Price Toward Purchase Decision. *JOURNAL PUBLICATION Submitted*, 9(2), 118–131. Retrieved from <https://www.infodesign.org.br/infodesign/article/view/355%0Ahttp://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/731%0Ahttp://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/269%0Ahttp://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/106>

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F., & Anastasia, D. (2016). *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service Quality & Satisfaction, 4th Edition*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif Hingga E-marketing*. Yogyakarta: CV Andi.

Gusti Pangestu, 2021

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN PADA E-COMMERCE TOKOPEDIA (PENELITIAN PADA GENERASI MILENIAL DI JAKARTA)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

- Topbrand-award.com. (2020). Top Brand Index. Retrieved from Topbrand-award.com website: <https://www.topbrand-award.com/en/2020/06/situs-jual-beli-online-fase-2-2020/>
- Umam, F. (2020). Pelayanan Top Up Saldo Tokopedia Sangat Mengecewakan. Retrieved from Media Konsumen website: <https://mediakonsumen.com/2017/01/24/surat-pembaca/pelayanan-topup-saldo-tokopedia-sangat-mengecewakan>
- Utama, L. (2020). Belanja Online Didominasi Generasi Milenial dan Z. Retrieved from Viva website: https://www.viva.co.id/digital/startup/1292221-belanja-online-didominasi-generasi-milenial-dan-z?page=1&utm_medium=page-1
- Wahyudi, E. (2019). Bank Indonesia: Transaksi E-Commerce per Bulan Capai Rp 13 T. *Tempo*. Retrieved from <https://bisnis.tempo.co/read/1274672/bank-indonesia-transaksi-e-commerce-per-bulan-capai-rp-13-t>
- Widowati, H. (2019, April 24). Indonesia Jadi Negara dengan Pertumbuhan E-Commerce Tercepat di Dunia. *Kata Data*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia-pada-tahun-2018-kuartal-pertama>
- Wulan, Suharyati, & Rosali. (2019). Analisis Pembelian Tidak Terencana Pada Toko Online Shopee. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Vol 6, 54–71*. <https://doi.org/https://doi.org/10.35590/jeb.v6i1.830>
- Yordan, J. (2020). Generasi Millennial Dominasi Pengguna Internet di Indonesia. Retrieved from Kumparan website: <https://kumparan.com/kumparantech/generasi-millennial-dominasi-pengguna-internet-di-indonesia/full>

Yuliana, O. Y. (2016). Penggunaan Teknologi Internet Dalam Bisnis. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2(1), 36–52. <https://doi.org/10.9744/jak.2.1.pp.36-52>

Gusti Pangestu, 2021

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN PADA E-COMMERCE TOKOPEDIA (PENELITIAN PADA GENERASI MILENIAL DI JAKARTA)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]