

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Francis, T. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Akrajindanon, R., Avirutha, A., & Treepala, N. (2017). *the Elements of Marketing Mix Affecting the Repurchase Electronic Marketplace ( E-Marketplace ) in Thailand*. 116–126.
- Amstrong, G., Adam, S., Denize, S., Volkov, M., & Kotler, P. (2018). *Principles of Marketing (Australian 7th Edition 2017) (7th ed.)*. Pearson Education, Inc.
- Anggraini, C., & Panjaitan, T. (2017). *Pemasaran Jasa*. Jakad media publishing.
- Asiati, D. I., & Akbar, M. H. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa dan Kepercayaan terhadap pembelian Online. *Mbia*, 18(3), 1–11. <https://doi.org/10.33557/mbia.v18i3.677>
- Azizah, F. N., Puspakaritas, F. N., Pramesti, V. A., Putri, Y. A. S., & Azizah, N. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan E-Commerce Shopee Terhadap Loyalitas Pengguna Shopee. *Analitika Bisnis, Ekonomi, Sosial Dan Politik*, 1(1), 56–67.
- Bayu, D. J. (2020). Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Capai 196,7 Juta. *Katadata.Co.Id*, November, 2020. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-capai-1967-juta#>
- Databoks. (2020). *Konsumen Beralih Berbelanja Secara Digital Saat Pandemi*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/08/26/konsumen-beralih-berbelanja-secara-digital-saat-pandemi>
- Dunia Fintech. (2020). *Shopee Jadi Pilihan Belanja Online di Tahun 2020. Ini Rahasiannya!* <https://duniafintech.com/shopee-jadi-pilihan-belanja-online-di-tahun-2020/>
- Dwi Hadya Jayani. (2019). Tokopedia, E-Commerce dengan Nilai Transaksi Terbesar. *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/15/2014-2023-nilai-transaksi-tokopedia-terbesar-dibandingkan-e-commerce-lainnya#>
- Eka, R. (2018). Lanskap E-commerce di Indonesia dari Perspektif Konsumen. *Daily Social*, 1. <https://dailysocial.id/post/e-commerce-di-indonesia-2018>
- Ferdinand, A. (2011). *Metodologi Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit

Universitas Diponegoro.

Firmansyah, M, A. (2019a). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. CV. Penerbit Qiara Media.

[https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=Fz6nDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR4&dq=Firmansyah,+M.+A.+\(2019\).+pemasaran+produk+dan+merek+\(planning+%26+strategy\)+\(teribitan\).+CV.+Penerbit+Qiara+Media,+Pasuruan.&ots=fl-ihPVMEw&sig=\\_1L8V-klbjimZpJm3ypHOD2](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=Fz6nDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR4&dq=Firmansyah,+M.+A.+(2019).+pemasaran+produk+dan+merek+(planning+%26+strategy)+(teribitan).+CV.+Penerbit+Qiara+Media,+Pasuruan.&ots=fl-ihPVMEw&sig=_1L8V-klbjimZpJm3ypHOD2)

Firmansyah, M, A. (2019b). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Qiara Media.

[https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=XDKaDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=Firmansyah,+M.+A.,+%26+Se,+M.+\(2019\).+Perilaku+Konsumen+\(Sikap+dan+Pemasaran\).+Penerbit+Qiara+Media.&ots=jt004NtlcM&sig=s0LmtPpO5KdlM8Y1ZxZOXHNUe3E&redir\\_esc=y#v=onepage&q=Firman](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=XDKaDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=Firmansyah,+M.+A.,+%26+Se,+M.+(2019).+Perilaku+Konsumen+(Sikap+dan+Pemasaran).+Penerbit+Qiara+Media.&ots=jt004NtlcM&sig=s0LmtPpO5KdlM8Y1ZxZOXHNUe3E&redir_esc=y#v=onepage&q=Firman)

Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish Publisher.

Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2014a). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)* (4th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2014b). *Structural Equation Modelling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)* (4th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gusrita, D., & Rahmidani, R. (2018). Pengaruh Marketing Mix Dan Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita Di Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, 1(4), 944. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v1i4.5674>

Hamdi, A. S., & Bahrudin, E. (2015). *Metode penelitian kuantitatif aplikasi dalam pendidikan*. Deepublish.

[https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=nhwaCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR6&dq=Hamdi,+A.+S.,+%26+Bahrudin,+E.+\(2015\).+Metode+penelitian+kuantitatif+aplikasi+dalam+pendidikan.+Deepublish.+\(Hamdi+%26+Bahrudin,+2015\).+&ots=FE\\_5Xhb8zm&sig=oxBi1dMko07CkxrEAfAE](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=nhwaCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR6&dq=Hamdi,+A.+S.,+%26+Bahrudin,+E.+(2015).+Metode+penelitian+kuantitatif+aplikasi+dalam+pendidikan.+Deepublish.+(Hamdi+%26+Bahrudin,+2015).+&ots=FE_5Xhb8zm&sig=oxBi1dMko07CkxrEAfAE)

Handayani, T., & Fathoni, M. A. (2019). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*.

[https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=MEnGDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=Handayani,+T.,+%26+Fathoni,+muhammad+anwar.\(2019\).+buku+ajar+pemasaran+islam+\(M.+S.+Dr.Suryani,+ed.\).+yogyakarta.&ots=OLY--OIFHM&sig=s10TWWkQB-v4QRIHy4LKdO3USCc&redir](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=MEnGDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=Handayani,+T.,+%26+Fathoni,+muhammad+anwar.(2019).+buku+ajar+pemasaran+islam+(M.+S.+Dr.Suryani,+ed.).+yogyakarta.&ots=OLY--OIFHM&sig=s10TWWkQB-v4QRIHy4LKdO3USCc&redir)

- Hanifa, F. H. (2018). Berbagai Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Fashion (Studi Pada Konsumen E-Commerce C2C Sophee). *Ikraith-Humaniora*, 2(2), 54–60.
- Hendarsyah, D. (2019). E-Commerce Di Era Industri 4.0 Dan Society 5.0. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(2), 171–184. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i2.170>
- Hossain, A., & Khan, M. Y. H. (2018). Green marketing mix effect on consumers buying decisions in Bangladesh. *Marketing and Management of Innovations*, 4(4), 298–306. <https://doi.org/10.21272/mmi.2018.4-25>
- Istiqomah, Hidayat, Z., & Jariah, A. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan , Iklan dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian di situs Shopee di Kota Lumajang. *Jurnal Progress Conference*, 2(July), 557–563.
- Kartika, M., & Ganarsih, R. L. (2019). Analisis E-Wom, Online Shopping Experience dan Trust Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen E-Commerce Shopee pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau. *Tepak Manajemen Bisnis*, XI(2), 289–307.
- Kotler, P. (2016). *Marketing Management (edisi 15th)*. Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran (Edisi 13 J)*. Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle Of Marketing (15th Editi)*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran (Edisi Keti)*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran (Jilid 1 Ed)*. Erlangga.
- Kotler Philip, & K. K. (2016). *Marketing Management 15th Global Edition. In England: Pearson Education Limited (15th ed.)*. Pearson Education, Inc.
- Lindawati, S., Hendri, M., & Hutahaean, J. (2020). *Pemasaran Digital*. Yayasan Kita Menulis.

- [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=nyr5DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA32&dq=Lindawati,+S.,+Hendri,+M.,+%26+Hutahaeen,+J.+\(2020\).+Pemasaran+Digital.+Yayasan+Kita+Menulis.+&ots=uKiYsv5EB3&sig=NjEOR6YWGIEEoIiJUos-igScnvw&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=nyr5DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA32&dq=Lindawati,+S.,+Hendri,+M.,+%26+Hutahaeen,+J.+(2020).+Pemasaran+Digital.+Yayasan+Kita+Menulis.+&ots=uKiYsv5EB3&sig=NjEOR6YWGIEEoIiJUos-igScnvw&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Mahmoud, T. O. (2018). Impact of green marketing mix on purchase intention. *International Journal of ADVANCED AND APPLIED SCIENCES*, 5(2), 127–135. <https://doi.org/10.21833/ijaas.2018.02.020>
- Mahmoud, T. O., Ibrahim, S. B., Ali, A. H., & Bleadly, A. (2017). The Influence of Green Marketing Mix on Purchase Intention: The Mediation Role of Environmental Knowledge. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 8(9), 1040. <https://doi.org/10.14299/ijser.2017.09.006>
- Marendra, I. G. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Minimarket (Alfamart Atau Indomaret)*. 1(3), 34–52.
- Maryanto, R. (2017). *Pengantar Digital Marketing: Modul Praktikum Manajemen Pemasaran Berbasis IT (Vol 1)*. Rusmanto Self-publishing. [https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as\\_sdt=0%2C5&q=Maryanto%2C+R.+%282017%29.+Pengantar+Digital+Marketing%3A+Modul+Praktikum+Manajemen+Pemasaran+Berbasis+IT+%28Vol.+1%29.+Rusmanto+Self-publishing.+&btnG=](https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&q=Maryanto%2C+R.+%282017%29.+Pengantar+Digital+Marketing%3A+Modul+Praktikum+Manajemen+Pemasaran+Berbasis+IT+%28Vol.+1%29.+Rusmanto+Self-publishing.+&btnG=)
- Meidita, Y., Suprpto, & Rokhmawati, R. I. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan pada E - Commerce ( Studi Kasus : Shopee ). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(11), 5682–5690.
- Merdeka. (2018). *Riset: Ini strategi Shopee, Tokopedia dan Lazada rajai jual beli online Indonesia*. <https://www.merdeka.com/uang/riset-ini-strategi-shopee-tokopedia-dan-lazada-rajai-jual-beli-online-indonesia.html>
- Muliyana, T., & Suyanto, A. (2019). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee*. 28(3), 2017–2019.
- Mulyandi, M. R., & Sani, E. P. (2020). Pengaruh E Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada E Commerce Di Indonesia). *Jurnal Ilmiah Teknologi*, 3(1), 41–49.

<https://www.bps.go.id/publication/download.html?nrbvfeve=ZmQxZTk2YjA1MzQyZTQ3OWE4MzkxN2M2&xzmn=aHR0cHM6Ly93d3cuYnBzLmdvLmlkL3B1YmxpY2F0aW9uLzIwMTkvMTIvMTgvZmQxZTk2YjA1MzQyZTQ3OWE4MzkxN2M2L3N0YXRpc3Rpay1lLWNvbW1lcmNlTIwMTkuaHRtbA%3D%3D&twoadfnorfeauf=MjA>

Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia. [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=CZUDEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA16&dq=Musfar,+T.+F.,+%26+SE,+M.+\(2020\).+Buku+Ajar+Manajemen+Pemasaran:+Bauran+Pemasaran+sebagai+Materi+Pokok+dalam+Manajemen+Pemasaran.+Media+Sains+Indonesia.&ots=\\_\\_0gaToFE1&sig=V\\_AbA2](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=CZUDEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA16&dq=Musfar,+T.+F.,+%26+SE,+M.+(2020).+Buku+Ajar+Manajemen+Pemasaran:+Bauran+Pemasaran+sebagai+Materi+Pokok+dalam+Manajemen+Pemasaran.+Media+Sains+Indonesia.&ots=__0gaToFE1&sig=V_AbA2)

Noor, J. (2014). *Metodologi Penelitian*. kencana Prenada Media Group.

Pertiwi, M. I., Yulianto, E., & Sunarti. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Baker's King Donuts & Coffee di MX Mall Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 37(1), 188–195.

Peter, & O. (2014). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran* (9th ed.). Salemba Empat.

Picaully, M. R. (2018). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Gadget Di Shopee Indonesia. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(1), 31–40. <https://doi.org/10.28932/jmm.v18i1.1094>

Pratama, G. (2020). Analisis Transaksi Jual Beli online Melalui Website Marketplace Shopee Menurut Konsep Bisnis di Masa Pandemic Covid 19. *Ecopreneur: Jurnal Program Studi Ekonomi Syariah*, 1(2), 21–34. <http://journal.bungabangsacirebon.ac.id/index.php/ecopreneur/article/view/130>

Putri, N. A. R., & Iriani, S. S. (2019). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Melalui E-Commerce Shopee. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 8(2), 69. <https://doi.org/10.31504/komunika.v8i2.2391>

Pertumbuhan E-Commerce Pesat di Indonesia, (2019).

<https://www.wartaekonomi.co.id/read216302/pertumbuhan-e-commerce-pesat-di-indonesia>

- Rumondang, A., Sudirman, A., Sitorus, S., Kusuma, A. halim perdana, & Manuhutu, M. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Yayasan Kita Menulis.  
[https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=WW\\_6DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA40&dq=Rumondang,+A.,+Sudirman,+A.,+Sitorus,+S.,+Kusuma,+A.+H.+P.,+Manuhutu,+M.,+Sudarso,+A.,+...+%26+Arif,+N.+F.+\(2020\).+Pemasaran+Digital+dan+Perilaku+Konsumen.+Yayasan+Kita+Menulis.&](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=WW_6DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA40&dq=Rumondang,+A.,+Sudirman,+A.,+Sitorus,+S.,+Kusuma,+A.+H.+P.,+Manuhutu,+M.,+Sudarso,+A.,+...+%26+Arif,+N.+F.+(2020).+Pemasaran+Digital+dan+Perilaku+Konsumen.+Yayasan+Kita+Menulis.&)
- Sangadji, M. & S. (2013). *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. CV. Andi.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2013). *PSS VS LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Penerbit Selemba Empat.
- Sarwono, J., & Narimawati, U. (2015). *Membuat skripsi (Doctoral dissertation, Tesis, dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM))*. Penerbit Andi.
- Setyarko, Y. (2016). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online. *Ekonomika Dan Manajemen, ISSN: 2252-6226, 5(2), 128–147*.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. Literasi Media Publishing.  
[https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=QPhFDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=Siyoto,+S.,+%26+Sodik,+M.+A.+\(2015\).+Dasar+metodologi+penelitian.+Literasi+Media+Publishing.+&ots=IcYsrIT40l&sig=nhhwQUS7xQq3\\_Kc47AGpBtB97CM&redir\\_esc=y#v=onepage&q=Siyoto%252CS.%252](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=QPhFDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=Siyoto,+S.,+%26+Sodik,+M.+A.+(2015).+Dasar+metodologi+penelitian.+Literasi+Media+Publishing.+&ots=IcYsrIT40l&sig=nhhwQUS7xQq3_Kc47AGpBtB97CM&redir_esc=y#v=onepage&q=Siyoto%252CS.%252)
- Sri Wdyanti Hastuti, M. A., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss, 8(2), 99–102*.  
<https://doi.org/10.51747/ecobuss.v8i2.622>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Andi

Offset.

- Susanti, N. (2018). Perancangan E-Marketing Umkm Kerajinan Tas. *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 9(1), 717–722. <https://doi.org/10.24176/simet.v9i1.2042>
- Suteki, & Taufani, G. (2018). *Metodologi Penelitian Hukum (Filsafat, Teori Dan Praktik)*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Tarmidi, D., Dosinaen, Y. P. R. ., Siahaan, S. A., Azzadi, M. T., & Napitulu, G. A. S. (2021). The Effect of Product Innovation and Price on Purchasing Decisions on Shopee Users in Bandung in 2021. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(4), 747–753. <https://doi.org/10.17762/turcomat.v12i4.559>
- Tjahjono, A., Semuel, P. H., Karina, R., Pemasaran, J. M., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2013). Analisa Marketing Mix , Lingkungan Sosial , Psikologi Online Pakaian Wanita. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2), 1–9.
- Tjiptono, F. (2001). *Strategi Pemasaran* (1st ed.). Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi Offset.
- Tulangow, S. G., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian PT. Shopee International Indonesia Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(3), 35. <https://doi.org/10.35797/jab.9.3.2019.25129.35-43>
- Tunnufus, Z., & Wulandari, A. (2019). Pengaruh Harga Dan Jenis Media Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada E-Commerce Shopee Di Kabupaten Lebak. *The Asia Pacific; Journal of Management Studies*, 6(1), 29–40.
- Utami, H. N., & Firdaus, I. F. A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 2(1), 136–146. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/3407/pdf>
- Wibowo, R. A. (2019). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=vgywDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=\(Wibowo,+R.+A.+\(2019\).+Manajemen+Pemasaran.+Radna+](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=vgywDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=(Wibowo,+R.+A.+(2019).+Manajemen+Pemasaran.+Radna+)

Andi+Wibowo.)&ots=9dYu92-

M0V&sig=IWuTkEIXkJdH3kwb6aoCKs1w7NM&redir\_esc=y#v=onepage  
&q&f=false

- Widyowati, L., & Slamet, G. (2021). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Melalui E-Commerce Oleh Mahasiswa Di Stia Asuh Mitra Solo*. 3(1), 43–59.
- Wisnama, I. (2019). *Manajemen Pemasaran Pariwisata Model Brand Loyalty Pengembangan Potensi Wisata di Kawasan Pedesaan*. CV Budi Utama.
- Mengungkap Layanan E-Commerce Terpopuler di Indonesia, (2018).  
<https://dailysocial.id/post/mengungkap-layanan-e-commerce-terpopuler-di-indonesia>
- Yustiawan, O., & Prijati. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(2), 1–20.
- Zulfa, L., & Hidayati, R. (2018). Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kualitas Situs Web, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Shopee di Kota Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*, 7(3), 1–11. <https://doi.org/10.32487/jshp.v4i2.833>