

## DAFTAR PUSTAKA

- APJII. *Penetrasi Pengguna Internet 2018*. <https://www.apjii.or.id>. Diakses pada [16 feb 2020 pukul 09:38](#)
- Breugelmans, E., & Campo, K. (2016). Cross-Channel Effects of Price Promotions: An Empirical Analysis of the Multi-Channel Grocery Retail Sector. *Journal of Retailing*, 92(3), 333–351.  
<https://doi.org/10.1016/j.jretai.2016.02.003>
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2016). *Digital Marketing Strategy, Implementation And Practice* (Sixth Edit). Pearson Education.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and practice*. Pearson Education.
- Chaffey, D., & Smith, P. (2016). *Digital Marketing Excellence, 5th edition*. Pearson Education.
- Chaffey, D., & Smith, P. (2017). *Digital Marketing Excellence Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing* (Fifth Edit). Pearson Education.
- CNN Indonesia. Indonesia Kuasai Duapertiga Total Transaksi Shopee. *CNN*.  
<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190531063221-185-399896/indonesia-kuasai-duapertiga-total-transaksi-shopee>. Diakses pada [2 mar 2020 pukul 23:11](#)
- CNN Indonesia. *Netizen Indonesia Paling Gemar Belanja Online*.  
<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190201173813-185-365769/netizen-indonesia-paling-gemar-belanja-online>. Diakses [21 feb 2020 pukul 20:45](#)
- Dailysocial.id. Mengungkap Layanan *E-commerce* Terpopuler di Indonesia.  
*Dailysocial.Id*. <https://dailysocial.id/post/mengungkap-layanan-e-commerce-terpopuler-di-indonesia>
- Ferdinand, Augusty.(2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, Anang. (2018). *Perliaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish : Semarang.

- Ghozali, H. I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang.
- Ghozali, H. I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Malang : PT. Gelora Aksara Pratama.
- Id.Techinasia. Peta Persaingan 50 *E-commerce* di Indonesia Versi iPrice 2019. *Id.Techinasia.Com*. <https://id.techinasia.com/persaingan-ecommerce-indonesia-q3-2019>. Diakses pada 20 feb pukul 23:16
- Ideaannisa. *BERIKAN GARANSI HARGA TERMURAH, TERNYATA SHOPEE TIDAK BOHONG*. <https://ideannisa.com/2017/08/24/berikan-garansi-harga-termurah-ternyata-shopee-tidak-bohong/> Diakses pada 20 feb 2020 pukul 22:34
- Istanti, issn: 2355-8869 dan E. 2356-2544. (2017). Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan Berbelanja dan E-promosi Terhadap Keputusan Pembelian Belanja *Online* di Kota Surabaya. *Jurnal Bisnis & Teknologi Politeknik*, 4(1), 14–22.
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2016). *Marketing Management*. United States : Pearson Education.
- Kompas. *Harbolnas, Shopee Raih Omzet Rp 1,3 Triliun dalam Waktu 24 Jam*. <https://money.kompas.com/read/2019/12/13/144244026/harbolnas-shopee-raih-omzet-rp-13-triliun-dalam-waktu-24-jam>. Diakses pada 16 feb 2020 pukul 10:55
- Kontan. *MarkPlus: Perang harga, Shopee dan Tokopedia paling bersaing*. <https://industri.kontan.co.id/news/markplus-perang-harga-shopee-dan-tokopedia-paling-bersaing>. Diakses pada 16 feb 2020 pukul 12:24
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing*. United States : Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management, 14th Edition*. United States : Pearson Education.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2014). *E-Commerce 2014, 10th Edition*. Pearson Education.

- Liputan 6. *Ini yang Bikin Shopee Beda dengan Aplikasi Belanja Online Lain*.  
<https://www.liputan6.com/tekno/read/2379358/ini-yang-bikin-shopee-beda-dengan-aplikasi-belanja-online-lain>. Diakses pada 2 mar 2020 pukul 21:36
- Manap, H. A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran (Pertama)*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Merdeka. *Kaspersky Lab sebut Adanya Peningkatan Penipuan saat Harbolnas*.  
<https://www.merdeka.com/teknologi/kaspersky-lab-sebut-adanya-peningkatan-penipuan-saat-harbolnas.html>. Diakses pada 4 mar 2020 pukul 00:15
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Nasution, D. A. R. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Shopee*. 7(1), 2477–6092.  
<https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528.g1501>
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*. Jakarta : PT Grasindo.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : LaksBang PRESSindo.
- Osburg, T., & Heinecke, S. (2019). *Media Trust In A Digital World: Communication At Crossroads*. Springer.
- Pratiwi, Y. N., Wardiningsih, S. S., & Sumaryanto. (2017). *PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI SITUS ONLINE STORE LAZADA (Survei pada Mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta)*. 19(4).
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Prilano, K., & Sudarso, A. (2020). *Pengaruh Harga , Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada*. 1(1), 1–10.
- Rangkuti, F. (2010). *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisa Kasus*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sangadji, E., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. ANDI.
- Sedjati, R. S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.

- Sembiring, B. K. F., & Ananda, S. (2019). *The Effect Of Viral Marketing And Customer Trust On Online Shop Purchase Decisions based Ond Application In Faculty Of Economic And Business Universtity Sumatra Utara*. 418–427.
- Shopee. (n.d.). *Shopee Careers*. <https://careers.shopee.co.id/about/>
- Sudaryana, B. (2017). *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Deepublish.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta : ANDI.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sutabri, T. (2016). *Sistem Informasi Manajemen*. ANDI.
- Sutopo, Y., & Slamet, A. (2017). *Statiska Infrensial*. Yogyakarta : ANDI.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service Quality dan Satisfacation*. Yogyakarta : ANDI.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Mengupas Pemsaran Strategik , branding Strategy, Customer Satisfacation, Strategi Kompetitif hingga e-marketing*. Yogyakarta : ANDI.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta : ANDI.
- Tribun-Timur. *Diskon Besar-besaran: Mega Sale 11.11 Berpotensi Banyak Penipuan, Pakar Keamanan Peringatkan Hal Ini*.  
<https://makassar.tribunnews.com/2019/11/10/diskon-besar-besaran-mega-sale-1111-berpotensi-banyak-penipuan-pakar-keamanan-peringatkan-hal-ini>.  
 Diakses pada 4 mar 2020 pukul 00:38
- 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>
- Ujang Sumarwan. (2015). *Pemasaran Strategik : Prespektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan*. Bogor : IPB press.
- Wikipedia. (n.d.). *Shopee*. <https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee>
- Yusran, I. P., & Usman, O. (2019). *Effect Of Ease Of use, Service Quality, Price And brand Image On purchase Decision In Tokopedia*. 16