

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2019). *Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2018*. Retrieved Maret 02, 2020, from APJII: <https://apjii.or.id/survei>
- Award, T. B. (2019). *Top Brand Index*. Retrieved April 30, 2020, from Top Brand Award: https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=Shopee.co.id
- Ayuningtiyas, K. & Gunawan, H. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 2(1), 152-165.
- Cahya, K. D. (2018, November 26). *Bagaimana Generasi Milenial Berbelanja Online?* Retrieved April 24, 2020, from Kompas: <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/11/26/135620420/bagaimana-generasi-milenial-berbelanja-online>
- Chaudhary, A. H. (2017). Effect of Integrated Marketing Communications on Consumer Buying Decision of Internet Service (An Empirical Study of Mobilink in Multan City). *Journal of Research in Marketing*, 8(1), 630-635.
- Fachri, M. (2019, Oktober 09). *Online Shop: Sejarah, Perkembangan, dan Pengaruh bagi Kehidupan Manusia*. Retrieved April 24, 2020, from Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/mfachrip/5d9d44a30d823006e86a7262/online-shop-sejarah-perkembangan-dan-pengaruh-bagi-kehidupan-manusia?page=all>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Franedya, R. (2019, Mei 16). *Survei: Pengguna Internet di RI Tembus 171,17 Juta Jiwa*. Retrieved Maret 02, 2020, from CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190516191935-37-73041/survei-pengguna-internet-di-ri-tembus-17117-juta-jiwa>
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program*. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ika, A. (2017, Desember 23). *6 Jenis Peluang Bisnis Online Rumahan Tanpa Modal*. Retrieved April 24, 2020, from Kompas: <https://ekonomi.kompas.com/read/2017/12/23/140000726/6-jenis-peluang-bisnis-online-rumahan-tanpa-modal?page=all>
- Iprice. (2019, September 30). *Peta E-Commerce Indonesia*. Retrieved Maret 06, 2020, from Iprice: <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Jayani, D. (2019, Oktober 22). *10 E-Commerce Dengan Pengunjung Terbesar Kuartal III-2019*. Retrieved Maret 06, 2020, from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/22/inilah-10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbesar>
- Jham, V., & Puri, S. (2014). *Cases On Consumer - Centric Marketing Management*. United State of America: IGI Global.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles Of Marketing*. Harlow: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller. (2012). *Marketing Management*. Harlow: Pearson Education.
- Kurniawan, R., Kusumawati, A., & Priambada, S. (2018). Pengaruh Kualitas Website (WEBQUAL 4.0) Terhadap Kepercayaan dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Pada Website E-Commerce. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 62(1), 198-206.
- Lestari, M. (2018, Februari 06). *Pembeli Online dari Anak SMA Meningkat 5 Kali Lipat*. Retrieved Juli 08, 2020, from inet.detik.com: <https://inet.detik.com/business/d-3853086/pembeli-online-dari-anak-sma-meningkat-5-kali-lipat>
- Limpo, L. & Meryana. (2017). Effect of Trust and Easy on Decision Online Purchase toward Special Fashion Product. *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 6(10), 715-717.
- Liputan6. (2015, September 22). *4 Alasan Utama Wanita Kini Senang Belanja Online?* Retrieved Juli 08, 2020, from Liputan6.com:

<https://www.liputan6.com/lifestyle/read/2322940/4-alasan-utama-wanita-kini-senang-belanja-online>

- Lusiah. (2018). *Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Hasil Penelitian pada Mahasiswa Universitas Swasta di Kota Medan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi dan Manajemen*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Novaradila, G. (2019, Maret 12). *Strategy Shopee dalam Red Ocean*. Retrieved April 30, 2020, from Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/gresikanovaradila/5c87d4ea12ae94505459b7f9/strategy-shopee-dalam-red-ocean?page=all>
- Oktavania, W. P. (2019). Pengaruh Pemasaran Langsung Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Exclusive Matte Lip Cream Di Tokopedia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 27-48.
- Orenzi. (2019, Februari 24). *Statistik Pengguna Digital Dan Internet Indonesia 2019*. Retrieved Maret 04, 2020, from BOC Indonesia: <https://www.boc.web.id/statistik-pengguna-digital-dan-internet-indonesia-2019/>
- Peter, J.P., & Olson, J.C. (2014). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Piarna, R. (2016). Pengaruh Kualitas Website Terhadap Kepercayaan Pelanggan Dalam Menentukan Keputusan Bertransaksi Pada E-Commerce. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia (JEBI)*, 1(2), 1-7.
- Play, G. (2020, April 22). *Shopee*. Retrieved April 27, 2020, from Google Play: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.shopee.id&hl=in&showAllReviews=true>
- Pratiwi, D. (2018, Juli 19). *Dampak "Online Shop" dan Tantangan Konvergensi Media di Indonesia*. Retrieved April 24, 2020, from Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/danis65749/5b4ff80aab12ae74a942abe3/dampak-online-shop-dan-tantangan-konvergensi-media-di-indonesia>

- Rerung, R. (2018). *E-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ridwan, O. (2019, Mei 19). *Perilaku Belanja Online oleh Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Angkatan 2018 FIA UI)*. Retrieved April 24, 2020, from Kompasiana:
<https://www.kompasiana.com/oscar81/5cdb7afe3ba7f77abc1205d2/perilaku-belanja-online-oleh-mahasiswa-studi-kasus-mahasiswa-angkatan-2018-fia-ui?page=all>
- Robert, M.L., & Zahay, D. (2013). *Internet Marketing Integrating Online & Offline Strategies*. United State of America: South-Wester Cengage Learning.
- Rohmah, M. (2018). Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Situs Jual Beli Online Elevenia. *JOM FISIP*, 5(2), 1-13.
- Sangadji, E.M, & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setyaningrum, A., Udaya, J., & Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Sreedhar, G. (2016). *Design Solutions For Improving Website Quality and Effectiveness*. United State of America: IGI Global.
- Sudaryana, B. (2017). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sudaryono. (2014). *Aplikasi Statistika Untuk Penelitian*. Jakarta Pusat: Ilmu Cendekia.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Sudaryono. (2018). *Metodologi Penelitian*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.

- Syarifuddin, A.H., Handayani, T., & Pusporini. (2019). Factors that Affect Purchase of The Smartphone. *Journal of Economics, Business, and Government Challenges*, 2(1), 86-95.
- Tashandra, N. (2018, Maret 22). *80 Persen Konsumen Belanja Online Orang Muda dan Wanita*. Retrieved Juli 08, 2020, from Kompas.com: <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/03/22/155001820/80-persen-konsumen-belanja-online-orang-muda-dan-wanita?page=all>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *PEMASARAN STRATEGIK - Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif hingga e-Marketing*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *PEMASARAN, Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Turkyilmaz, C. A. (2015). The Effects of Personality Traits and Website Quality on Online Impulse Buying. *Social and Behavioral Sciences*, 98-105.
- Usman, H., & Sobari, N. . (2013). *Aplikasi Teknik Multivariate*. Jakarta: RajaGrafindo.