

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

- Akbar, Mohammad Aldrin dan Sitti Nur Alam. 2020. *E-commerce: Dasar Teori dalam Bisnis Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis
- Andrews, Kenneth R. 2005. *Konsep Strategi Perusahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Sugiharto dan Sitinjak. (2006). *Lisrel*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi 3. Jakarta: Andi.
- UNPAS, T. (2021). *Panduan Penulisan Karya Tulis Ilmiah (KTI) Mahasiswa*. Bandung: FKIP UNPAS.
- Walizer, Michael. 1987. *Metode dan Analisis Penelitian*. Jakarta: Erlangga.

Sumber Jurnal :

- Abdul Halim Barkatullah & Teguh Prasetyo, 2005, *Bisnis E-Commerce: Studi System Keamanan dan Hukum Indonesia*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Adisasmita, Rahardjo. 2005. *Dasar-Dasar Ekonomi Wilayah* .Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Alma, Buchari. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Amirullah, Sigit Hermawan *Metode penelitian bisnis pendekatan kuantitatif dan kualitatif*, (Malang: Media Nusa Creative 2016)
- Andika, F., (2012), “Analisis Strategi Marketing Gumati Café Dalam Meningkatkan Konsumen Menurut Prespektif Islam”, *Jurnal Ekonomi Islam al-infaq*, vol. 3, no.1, pp. 96-149.
- Angelita, Anggie Priscillia Natalia, dkk, 2021, “Pengaruh Digital Marketing dan Variasi Produk terhadap Minat Beli di Era Covid 19 pada Pengguna Aplikasi Tokopedia”, *Jurnal Ilmiah Indonesia* 6, No. 8
- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Arimbi, D.F. (2020). Pengaruh Digital Marketing terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Pengguna Aplikasi SHOPEE) (Doctoral dissertation, STIE YKPN).
- Armstrong, Gary & Philip, Kotler. 2013. Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Prenhalindo. Jakarta
- Arsi, A. (2021). Reliabilitas Instrumen Dengan Menggunakan Spss. *Validitas Reliabilitas Instrumen Dengan Menggunakan Spss*, 1-8. <https://osf.io/m3qxs>
- Boone, Louis E. Kurtz, David L. (2008). *Pengantar Bisnis Kontemporer, buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Candra Irawan, Immanuel. 2020. “Analisis e-marketing terhadap keputusan pembelian konsumen secara online”. *Journal of Business and Banking* 9 (2): 247.
- Dharma, Ni Putri Widiyanti, 175020029 (2021) Analisis Strategi Marketing E-Commerce Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen. Skripsi(S1) thesis, FKIP UNPAS.
- Databoks. (2021, 2 11). databoks.katadata.co.id/tags/e-commerce. Diambil kembali dari databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/tags/e-commerce>
- Daulay, Nuraini. 2020. *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Medan Labuhan)*. Skripsi. Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Febriani, A. A., & Agustina, E. (n.d.). Laporan Pengaruh Promo Flash Sale terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee. *Widyakala Journal*, 6(2), 2337–7313. <https://doi.org/10.36262/widyakala.v?i>
- Ghozali Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang : Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardani.2022.*Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV.Pustaka Ilmu.
- Humdiana and Indriani, E. (2005) ‘Sistem Informasi Manajemen’. Yogyakarta: Graha ilmu.
- Husein Umar. 2013. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Rajawali, Jakarta.
- Kotler, Philip.2004. *Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium*. Jakarta: Indeks
- Kotler, K. (2016). *Marketing Management 15 Global Edition*.

- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi kedua belas Jilid 1 PHILIP KOTLER Northwestern ... (PDFDrive).pdf* (pp. 1-367)
- Laudon, K. C. & Traver, C. G. (2013) *E-commerce 2013: Business Technology, Society. Edinburgh Gate: Pearson.*
- Manajemen, J., Istiqomah, M., & Marlina, N. (n.d.). Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashion. *JURNAL MANAJEMEN*, 12(2), 288–298. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>
- Mashur, R. (2016). Perilaku konsumen. In *Nucl. Phys.* (Vol. 13, Issue 1).
- Margono. 2017. *Metodologi Penelitian Pendidikan*: PT Rineka Cipta. Jakarta.
- Marlius, Doni. (2017). “Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis dan Bauran Pemasaran PT. Intercom Mobilindo Padang.” Diakses dari <https://ojs.akbpstie.ac.id/index.php/jurnal-pundi/article/view/9/29>
- Merwe, R. V. D. & Bekker, J (2003). A framework and methodology for evaluating e-commerce web sites. *Internet research: Electronic networking applications and policy*, 13(5), pp. 330-341
- Novita Herlissha, T. F. (2021). *Pengaruh Digital Marketing. Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Di Era Pandemi Covid 19*. 09(02), 1-13. <https://doi.org/10.33019/equity.v9i2.64>
- Nurdian, G. (2020, April 27). *E-Commerce Indonesia Tahun 2020. Era Digital Mendominasi*. Retrieved from grahanurdian.com: <https://grahanurdian.com/e-commerce-indonesia-tahun-2020/>
- Nurjanah, S. F., Kurniati, R. R., & Zunaida, D. (2019). Pengaruh E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanja Online Shopee (Studi Pada Konsumen Belanja Online Mahasiswa Universitas Islam Malang). *JIAGABI*, 157-158.
- Razak, Mashur. 2016. *Perilaku Konsumen*. Makasar: Alaudin University Press.
- Peter dan Olson (2013), *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2011, *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.
- Simangunsong, A. (2018). Sistem Informasi Pengarsipan Dokumen Berbasis Web. *Jurnal Mantik Penusa*, 2(1), 11-19

Siyoto, Sandu dan Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Suaka Media.

Sugiyono.2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Teofilus, T., Sutrisno, T. F., & Gomuljo, A. (2019). THE ELEMENTS OF PACKAGING THAT FORM A BRAND PERSONALITY. A CASE STUDY ON AROMA PREMIUM SEKOTENG PRODUCTS. *MIX: JURNAL ILMIAH MANAJEMEN*, 9(2), 382. <https://doi.org/10.22441/mix.2019.v9i2.010>

Tunisa, Putri Zakia (2023) *PENGARUH PROMOSI SHOPEE XPRESS DI E-COMMERCE SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMILIHAN PENGGUNAAN JASA PENGIRIMAN SHOPEE XPRESS (SURVEI KEPADA PENJUAL DI SHOPEE PENGGUNA JASA PENGIRIMAN SHOPEE XPRESS DI BEKASI)*. Diploma thesis, Universitas Nasional.

Utami, G. R., & Saputri, M. E. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Customer Engagement dan Loyalitas Merek pada Akun Instagram Tokopedia. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* Vol. 5. No. 2, 185-198.

Utami, I. W., Duta, U., & Surakarta, B. (2021). *Perilaku Konsumen indah wahyu utami* (Issue June)