

DAFTAR PUSTAKA

- Adways, I. (2018, October 5). *Pendapatan Pasar E-commerce*. Diambil kembali dari The Statistics Portal [online]. <https://www.statista.com/outlook/243/120/ecommerce/indonesia#marketrevenue>.
- Amanda. (2018, August 23). *Shopee 9.9 Super Shopping Days*. Diambil kembali dari Merdeka.com [online]. <https://www.merdeka.com/peristiwa/shopee-99-super-shopping-day-festival-belanja-online-terbesar-di-asia-tenggara.html>.
- Arikunto, Suharsimi. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka
- Asmani, Jamal Ma'mur. (2011). *Buku Panduan Internalisasi Pendidikan Karakter di Sekolah*. Jogjakarta: Diva Press.
- Bachdar, S. (2018, August 16). *Inilah Sepuluh E-commerce Terpopuler di Indonesia*. Diambil kembali dari Marketeers Marketing Media & Mice [online]. <http://marketeers.com/inisiatif-one-belt-one-road-pikat-pemain-asuransi-china-ke-indonesia/>.
- Budiawati, H. (2012). Implementasi Marketing Mix dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Unggulan Keripik Pisang Agung di Kabupaten Lumajang. *Jurnal WIGA, Vol.2 No.2*.
- Choiri, E. O. (2019, May 22). *Jurnal*. Diambil kembali dari jurnal.id [online] <https://www.jurnal.id>.
- Citrawati, D., & Sulistiono. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada PT. Fazary Wisata. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, Vol. 2 No.1*, 19-28.
- Daryanto. (2011). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung : PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Eka, R. (2018, Juli 4). *Lanskap E-commerce di Indonesia dari Perspektif Konsumen*. Diambil kembali dari dailysocial.id [online]. <https://dailysocial.id/post/e-commerce-di-indonesia-2018>.
- Faizah, F. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Proses Keputusan Pembelian pada Infinito Culinary Bandung . *Marketing*, 1-7.

- Harahap, D. A., & D. A. (2018). Prilaku Belanja Online di Indonesia. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 193.
- Indrawan, & Yaniawati. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran Untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*. Bandung: Refika Aditama.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bandung: Refika Aditama.
- Iprice. (2018, December 20). *E-commerce Rewind 2018*. Diambil kembali dari Iprice [online].<https://iprice.co.id/trend/insights/kilas-balik-e-commerce-di-indonesia-tahun-2018/>
- Iprice. (2018, November 28). *Persaingan Toko online di Indonesia*. Diambil kembali dari iprice insights [online]. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Katadata Insight Center. (2018, September 18). *Indonesia E-commerce Mapping 2018*. Diambil kembali dari DKatadata.co.id [online]. <https://databoks.katadata.co.id/tags/transaksi-digital/>
- Khairudin, I. (2018, June 26). *Lima kota ini paling banyak Jumlah Pembelanja Online*. Diambil kembali dari Selular.id [online]. <https://selular.id/2018/06/5-kota-ini-paling-banyak-jumlah-pembelanja-online/>
- Khan, S. M. (n.d.). Impact of Service Marketing Mixes on Customer Perception: A Study on Eastern Bank Limited, Bangladesh. *European Journal of Business and Management*, Vol.6 No.34 , 2014.
- Kotler, & Armstrong. (2012). *Principles of Marketing*. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, & Armstrong. (2014). *Principles of Marketing*. England: Pearson Education Limited.
- Kurniawan, Albert. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis: Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)*. Bandung: Alfabeta.
- Laudon, & Traver. (2016). *E-commerce Business Teknologi, Society Global Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Lovelock, & Wirtz. (2010). *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia*. Jakarta: Erlangga.

- Lovelock, Christopher, Wirtz, Jochen, Mussry, & Jacky. (2012). *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- L-C, L. E., Hassenzahl, R. V., A.P, M. V., & K. J. (2009). Understanding, Scoping and Defining User Experience A Survey Approach. *User Experience*, 6.
- Movanita, A. N. (2018, December 21). *Belanja Iklan TV "Marketplace" Rp 4,97 Triliun, Siapa yang Rajin Beriklan?* Diambil kembali dari ekonomi.kompas.com [online].
<https://ekonomi.kompas.com/read/2018/12/21/105646626/belanja-iklan-tv-marketplace-rp-497-triliun-siapa-yang-rajin-beriklan>
- Ningrum, D. K. (2018, November 13). *Shopee Tempati Peringkat "Top 1 Shopping App" di Play Store dan App Store*. Diambil kembali dari [online].
<https://www.wartaekonomi.co.id:https://www.wartaekonomi.co.id/read140620/shopee-tempati-peringkat-top-1-shopping-app-di-play-store-dan-app-store.html>
- Permatasari, D. I. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Mie Reman Braga. *Nasional*, 44.
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Rahayu, N. (2019, February 19). *Pertumbuhan E-Commerce Pesat di Indonesia*. Diambil kembali dari [online].
<https://www.wartaekonomi.co.id/read216302/pertumbuhan-e-commerce-pesat-di-indonesia.html>
- Rezki Purna Satit dkk (2012) *The Relationship Between Marketing Mix And Customer Decision-Making Over Travel Agents: An Empirical Study*. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences. Vol. 2, No.6
- Sanjaya, H. G. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Masakan Jepang Di Hayashi Teppan (Survei Terhadap Konsumen Hayashi Teppan Di Food Court BEC). *(Survei Terhadap Konsumen Hayashi Teppan di Food Court BEC)*. Vol.1 No.2.
- Satrio, C. K. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Proses Keputusan Pembelian pada Resto & Cafe Dream Car Surabaya. *Riset Marketing Vol.3 No.8*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business*. United Kingdom: Jhon Wiley & Sons Ltd.

- Setyowati, D. (2018, November 11). *Shopee 12.12 Birthday Sale Tawarkan Diskon 90% dan Cashback 120%*. Diambil kembali dari katadata.co.id [online].
<https://katadata.co.id/berita/2018/11/28/shopee-1212-birthday-sale-tawarkan-diskon-90-dan-cashback-120>
- Shopee. (2019, February 1). *Tentang Shopee*. Diambil kembali dari [Shopee.co.id](https://careers.shopee.co.id/about/) [online].
<https://careers.shopee.co.id/about/>
- Shopee Indonesia. (2018, Oktober 4). *Perluas Jangkauan Edukasi Penjual Shopee, Kampus Shopee Kini Hadir di 40 Kota*. Diambil kembali dari [Shopee Indonesia](https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/perluas-jangkauan-edukasi-penjual-shopee-kampus-shopee-kini-hadir-di-40-kota/) [online].
<https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/perluas-jangkauan-edukasi-penjual-shopee-kampus-shopee-kini-hadir-di-40-kota/>
- Similarweb. (2019, January 18). *Traffic Overview*. Diambil kembali dari [Analyse Any Website Or App](https://www.similarweb.com/website/shopee.co.id) [online].
<https://www.similarweb.com/website/shopee.co.id>
- Strauss, J. d. (2012). *E-Marketing Edisi Internasional*. London: Pearson.
- Sugiyono (2012). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods) (Cet 2)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. (2013). *Metode Penelitian dan Pengembangan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. (2014). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods) (Cet 2)*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni. (2014). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Syarizka, D. (2019, May 25). *Ini 4 Marketplace paling Populer di Indonesia Menurut APJII*. Retrieved from [Bisnis.com](https://teknologi.bisnis.com/read/20190525/266/927302/ini-4-marketplace-paling-populer-di-indonesia-menurut-apjii): [Online].
<https://teknologi.bisnis.com/read/20190525/266/927302/ini-4-marketplace-paling-populer-di-indonesia-menurut-apjii>
- Sunyoto, Danang, Eka, & Susanti, F. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa Merencanakan, Mengelola, dan Membedik Pasar Jasa*. Jakarta: CAPS.
- The Ninh Nguyen dkk (2015) *The Impact of Marketing Mix Elements on Food Buying Behavior: A Study of Supermarket Consumers in Vietnam*. *International Journal of Business and Management*, Vol. 10, No. 10.
- Tjiptono, Fandy. (2014) *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Andi
- Warayuanty, W., & Suyanto, A. (2015). *The Influence of Lifestyles and Consumers Attitudes on Product Purchasing Decision via Online Shopping in Indonesia*. *European Jurnal of Business and Management*, 74.

Writer, P. C. (2018, September 10). *Shopee 9.9 Super Shopping Days Banjir Hadiah Dari Smartphone Sampai Mobil*. Diambil kembali dari Tribun Techno [online] <http://www.tribunnews.com/techno/2018/09/10/shopee-99-super-shopping-day-banjir-hadiah-mulai-dari-smartphone-sampai-mobil>

Zaenal Fanani dkk (2014) *The Influence of The Marketing Mix (Product, Price, Promotion, Place, Process, Entrepreneurs, and Physical Evidence) to Customer Satisfaction and Loyalty in Buying Shredded Beef In Palu City, Indonesia*. IJER Serials Publications 12 (1).