

DAFTAR PUSTAKA

- Abel Gandhi, J. A. (2018). Analysis of Promotion and Product Differentiation of Jukajo on Consumer Purchase Decision. *Binus Business Review*, 9-18.
- Aditya Krisna, A. F. (2021). *Riset Populer Pemasaran Jilid 1*. Indonesia : Media Sains Indonesia.
- Aditya Krisna, A. F. (2021). *Riset Populer Pemasaran Jilid 1*. Indonesia: Media Sains Indonesia.
- Akhi Ha Runi Nur Rahayu, S. d. (2021). *Pemrograman Berorientasi Obyek SMK/MAK Kelas XII*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ananda Rizki Aulia, A. L. (2017). Pengaruh City Branding “a Land of Harmony” Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung Ke Puncak, Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi) 1,2*, 67-5.
- Andrea, L. (2021, Juni 04). *Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia*. Dipetik Oktober 19, 2021, dari katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>
- Andreas Septa Yogananda, I. M. (2017). PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT UNTUK MENGGUNAKAN INSTRUMEN UANG ELEKTRONIK. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 1-7.
- Annisa Yunika Nurjannah, L. C. (2021). PENGARUH PENERAPAN BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) TERHADAP PRODUK ARRUM HAJI GUNA MENARIK MINAT BELI PERIODE 2020/2021 PT PEGADAIAN (PERSERO) CABANG NGANJUK. *e-Proceeding of Applied Science*, 2536-2550.
- Arifin, Z. (2017). Kriteria Instrumen dalam suatu Penelitian. *Jurnal THEOREMS (The Original Research of Mathematics)*, 28-36.
- Barat, P. P. (2011). *Penduduk*. Dipetik Oktober 26, 2021, dari jabarprov.go.id: <https://jabarprov.go.id/index.php/pages/id/75>
- Bunga Syafira Nugraha Sukmawati, C. I. (2021). ANALISIS PERSEPSI HARGA, PROMOSI, KUALITAS LAYANAN, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA MARKETPLACE SHOPEE. *e-Proceeding of Management*, 3354-3363.
- Burhan, F. A. (2021, Agustus 24). *Nilai Transaksi E - commerce RI Melonjak 91% Shopee Kuasai Pasar*. Diambil kembali dari katadata.co.id: <https://katadata.co.id/yuliawati/digital/60ba67ba89507/nilai-transaksi-e-commerce-ri-melonjak-91-shopee-kuasai-pasa>

- Candrianto, S. M. (2021). *KEPUASAN PELANGGAN SUATU PENGANTAR*. Malang: Literasi Nusantara.
- Citra Ayu Anggraeni, A. W. (2017). ANALISIS FAKTOR KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR BEKAS PADA SHOWROOM CITRA MOTOR. *e-Proceeding of Management*, 1825-1830.
- Cynthia, K. (2021, Februari 15). *Yakin E-commerce Favoritmu Terbaik di Kelasnya? Cek 5 Kriterianya!* Dipetik Oktober 14, 2021, dari idntimes.com: <https://www.idntimes.com/hype/fun-fact/cynthia-kirana/kriteria-ecommerce-terbaik-csc/5>
- Darmawan, M. D. (2018). The Effect of Price, Product Quality, Promotion, Social Factor, Brand Image on Purchase Decision Process of Loop Product on Youth Segment (Case Study of PT Telekomunikasi Selular). *International Seminar & Conference on Learning Organization*, 294-309.
- Dita Aprilia Nur Pratiwi, D. S. (2021). PENGARUH PROMOSI ONLINE, HARGA DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ONLINE SHOP SHOPEE. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 1-19.
- Dr. Didin Fatihudin, S. D. (2019). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Deepublish.
- DR. Dr. Irfannuddin, S. M. (2019). *CARA SISTEMATIS BERLATIH MENELITI*. Jakarta Timur: PT. Rayyana Komunikasindo.
- Dr. H. R. Zulki Zulkifli Noor, S. S. (2021). *Manajemen Pemasaran Strategik Dilengkapi Dengan Kasus-Kasus Dalam Bidang Bisnis Dan Sektor Publik Tahun 2016*. Yogyakarta: Deepublish.
- Dr. Muhammad Ramdhan, S. M. (2021). *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Dra. Ambar Teguh Sulistiyani, M. ., (2020). *Pelayanan kependudukan berbasis e-government di Desa Triharjo Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta*. Yogyakarta: Kementerian Desa PDT dan Transmigrasi.
- Drs. Ismail, M. I. (2021). *Dasar-dasar Penelitian Pendidikan*. Jawa Tengah: Penerbit Lakeisha.
- Evandio, A. (2020, Juni 12). *Shopee Catat Pertumbuhan Volume Transaksi 74,3 Persen Kuartal I*. Diambil kembali dari teknologi.bisnis.com: <https://teknologi.bisnis.com/read/20200612/266/1251873/shopee-catat-pertumbuhan-volume-transaksi-743-persen-kuartal-i>
- Fenny Krisna Marpaung, M. W. (2021). PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN INDOMIE PADA PT. ALAMJAYA WIRASENTOSA KABANJAHE. *JURNAL MANAJEMEN*, 49-64.

- FIRDAUS, M. (2021). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF; DILENGKAPI ANALISIS REGRESI IBM SPSS STATISTICS VERSION 26.0*. Riau: CV. DOTPLUS Publisher.
- GIZGUIDE. (2018, Februari 17). *Shopee is now the biggest e-commerce website in Southeast Asia!* Diambil kembali dari GIZGUIDE | Your Gadget Coach : <https://www.gizguide.com/2018/12/shopee-is-the-top-e-commerce-website-in-sea.html>
- Heri Erlangga, N. G. (2020). The Effect Of Promotion On Purchase Decision at PT. Jaindo Metal Products in Bandung. *HUMANIS*, 253-256.
- Hidayat, A. A. (2021). *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas*. Surabaya: Health Books Publishing.
- I Made Sudarma Adiputra, D. S. (2021). *Statistik Kesehatan: Teori dan Aplikasi*. Sumatera Utara: Yayasan Kita Menulis.
- Iffa Ainur Rozi, K. (2021). PENGARUH HARGA, KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 1-20.
- Ike Kusdyah Rachmawati, Y. H. (2019). Pengaruh kemudahan, kepercayaan pelanggan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian online. *Seminar Nasional Sistem Informasi 2019*, 1617-1625.
- Indonesia, G. N. (2020, Juli 9). *Konsumsi belanja online menurut generasi*. Dipetik Oktober 2021, 2021, dari Instagram Good News From Indonesia: <https://www.instagram.com/p/CCaGD2GpFWn/?hl=en>
- Indra, A. B. (2020, November 18). *Transaksi E-Commerce di Jabar Tertinggi di Indonesia Meski Dikala Pandemi*. Dipetik Oktober 26, 2021, dari beritakbb.com: <https://beritakbb.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-96981143/transaksi-e-commerce-di-jabar-tertinggi-di-indonesia-meski-dikala-pandemi?page=2>
- Indyah Hartami Santi, B. E. (2021). *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)*. Jawa Tengah: Penerbit NEM.
- Insparwati, R. (2020, Agustus 19). *Sejarah & Profil Perusahaan Shopee: Kapan Berdiri, CEO, Alamat Kantor*. Dipetik Oktober 19, 2021, dari Rini Insparwati: https://riniinsparwati.com/profil-perusahaan-shopee/#Visi_Misi_Shoppee
- Iprice. (2019, Januari 1). *Daftar 50 Website & Aplikasi E - Commerce di Indonesia 2019*. Diambil kembali dari Iprice.co.id: <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Jayani, D. H. (2021, Juni 11). *Jumlah Pengunjung Tokopedia Kalahkan Shopee pada Kuartal I-2021*. Dipetik Oktober 14, 2021, dari katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/11/jumlah-pengunjung-tokopedia-kalahkan-shopee-pada-kuartal-i-2021>

- Jayani, D. H. (2021, Januari 29). *Nilai Transaksi E - Commerce Mencapai Rp 266,3 Triliun Pada 2020*. Dipetik Oktober 19, 2021, dari katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/01/29/nilai-transaksi-e-commerce-mencapai-rp-2663-triliun-pada-2020>
- K, N. R. (2021, Februari 23). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta*. Dipetik Oktober 19, 2021, dari Kompas.com: <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta#:~:text=KOMPAS.com%20%2D%20Pengguna%20internet%20di,adalah%20274%2C9%20juta%20jiwa>.
- Karlinawati. (2021). *Psikologi Keluarga - Rajawali Pers*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Lina Dwi Lestari, R. D. (2021). PENGARUH FENOMENA HARBOLNAS (HARI BELANJA ONLINE NASIONAL) PADA E-COMMERCE SHOPEE MELALUI DISKON DAN KEMUDAHAN BERTRANSAKSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Pendidikan Tata Negara (JPTN)*, 1482-1491.
- Maizul Rahmizal, R. Y. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Di Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 152-165.
- Mardia Mardia, M. L. (2021). *Strategi Pemasaran*. Sumatera Utara: Yayasan Kita Menulis.
- Maucash. (2020, Maret 14). *Generasi Z Lebih Konsumtif Menurut Riset, Apakah Benar Demikian?* Diambil kembali dari maucash.id: <https://maucash.id/generasi-z-lebih-konsumtif-menurut-riset-benarkah-demikian>
- Maulana, Y. (2021, Januari 22). *Gen Z dan Milenial Dominasi Jumlah Penduduk di Jawa Barat*. Dipetik Oktober 19, 2021, dari detiknews: <https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-5345181/gen-z-dan-milenial-dominasi-jumlah-penduduk-di-jawa-barat>
- Muh, N. E. (2021). *Produk Kreatif dan Kewirausahaan Akuntansi dan Keuangan Lembaga SMK/MAK Kelas XI Semester 2. Bidang Keahlian Bisnis dan Manajemen. Program Keahlian Akuntansi dan Keuangan. Kompetensi Keahlian Akuntansi dan Keuangan Lembaga*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Munir, M. (2018). Analisis Pengaruh CAR, NPF, FDR dan Inflasi terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah di Indonesia. *Ihtifaz Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, 89-98.
- Navrilia, R. (2020, Oktober 20). *Ini Dia Fakta Menarik Dari Logo Shopee*. Dipetik Oktober 19, 2021, dari Jagadmedia.id:

<https://www.jagadmedia.id/2020/10/ini-dia-fakta-menarik-dari-logo-shopee.html>

- Nia Safitri Dewi, R. E. (2018). PERFORMA KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN GAYA HIDUP DALAM MEMPENGARUHI PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN ISOTONIK (STUDI KONSUMEN MINUMAN ISOTONIK DI KOTA SEMARANG). *Prosiding SENDI_U*, 710-716.
- Nursiam, A. A. (2020). Simplicity, Price, Quality of Service and Safety Towards The Decision to Purchase Products Through Shopee.id Application. *JURNAL Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 71-82.
- Prof. Mahfud Sholihin, P. G. (2021). *Analisis Data Penelitian Menggunakan Software STATA*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Pusparisa, Y. (2020, Oktober 16). *Shopee, Penguasa E-Commerce Asia Tenggara*. Dipetik Oktober 19, 2021, dari [katadata.co.id: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/10/16/shopee-penguasa-e-commerce-asia-tenggara](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/10/16/shopee-penguasa-e-commerce-asia-tenggara)
- Putri Melinda, K. K. (2020). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI CERIAKART (Studi Kasus Ceriakart Semper Timur). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta Jakarta*, 1-17.
- Rolyana Ferinia, R. T. (2021). *Perilaku Konsumen Kepariwisata*. Sumatera Utara: Yayasan Kita Menulis.
- Romindo Romindo, M. M. (2019). *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya*. Sumatera Utara: Yayasan Kita Menulis.
- Rusman, M. R. (2020). *BUDAYA DAN KONTRASEPSI*. Jawa Timur: Penerbit Qiara Media.
- Satriadi, W. E. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Setyarko, Y. (2016). ANALISIS PERSEPSI HARGA, PROMOSI, KUALITAS LAYANAN, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SECARA ONLINE. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Budi Luhur Jakarta*, 128 - 147.
- Shafiah Arsyi Mu'minin, N. R. (2018). Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan, Manfaat Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Unisma Program Manajemen Angkatan 2017 Yang Membeli Online Melalui Instagram). *e – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*, 1-16.
- Slamet Riyanto, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.

- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*, 38-51.
- Sugianto, D. (2020, Juli 21). *Milenial, Gen Z Generasi Paling "Boros"*. Diambil kembali dari [finance.detik.com](https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5312779/lebih-parah-dari-milenial-gen-z-generasi-paling-boros): <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5312779/lebih-parah-dari-milenial-gen-z-generasi-paling-boros>
- Suyono. (2018). *Analisis Regresi untuk Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Syafrida, N. (2018). Promotion and Policy Influence Prices on Consumer Purchase Decision on Football Cafe Lubukpakam . *Journal of Management Science (JMAS)*, 64-69.
- Syifa Dewi Nuraeni, B. S. (2017). ANALISIS EFEKTIVITAS PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA PT.NIION. *e-Proceeding of Applied Science*, 280-285.
- Tati Handayani, M. A. (2019). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ujang Sumarwan, F. T. (2019). *Strategi pemasaran dalam perspektif perilaku konsumen*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Walangitan, R. R. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi Tobelo. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 128-136.
- Wibowo, R. A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: Semarang University.
- Wikimedia, K. d. (2018, Januari 18). *Perusahaan Perdagangan Elektronik Singapura*. Dipetik Oktober 19, 2021, dari Wikipedia: <https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee>
- Wikipedia. (2018, Mei 21). *Shopee*. Diambil kembali dari [wikipedia.org](https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee): <https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee>
- Yahdi Kusnadi, M. (2016). Pengaruh Keterimaan Aplikasi Pendaftaran Online Terhadap Jumlah Pendaftar di Sekolah Dasar Negeri Jakarta. *Jurnal Paradigma*, 89-101.