

DAFTAR PUSTAKA

- Astasari, A. (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Online Pada Mahasiswa UNY*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Badan Pusat Statistik Bali. (2021, Juni 21). Diambil kembali dari <https://bali.bps.go.id/statictable/2018/04/13/95/persentase-penduduk-usia-5-tahun-ke-atas-yang-mengakses-teknologi-informasi-dan-komunikasi-tik-dalam-3-bulan-terakhir-menurut-kabupaten-kota-2019.html>
- Briyan Cahyo Adyanto, S. B. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, Harga dan Kepercayaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Diponegoro Journal of Management* , 1-20.
- Budiharseno, R. S. (2017). Factors Affecting Online Buying Behavior on G-Market Site among International Students in Busan . *Journal of Business Management and Accounting* , 1-5.
- Eko Yulian, H. S. (2018). Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Zalora. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* , 34-49.
- Fatema Kawaf, D. I. (2019). Online Shop Shopping Paradox: The Role of Customer Reviews and Facebook Marketing . *Jurnal of Retailing and Cunsomer Service* , 144-153.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, N. F. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV YRAMA WIDYA.
- Herlina, A. P. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Online Shop Lazada di Yogyakarta. *Equilibrium Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 92.
- Irianto, D. F. (2019). Analisa Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Jajanan Pasar Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kecamatan Delta Pawan Kabupaten Ketapang . *Journal of Food System and Agribusiness*, 19 .

- Istikomah, M. I. (2019). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Makanan Di Kota SURakarta. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya* , 98.
- J. Paul Peter, J. C. (2009). *Consumer Behavior* . McGraw-Hill.
- Jatmiko, L. D. (2020, November 10). *TEKNOLOGI*. Diambil kembali dari APJII : 196,7 Juta Warga Indonesia Sudah Melek Internet : <https://teknologi.bisnis.com/read/20201110/101/1315765/apjii-1967-juta-warga-indonesia-sudah-melek-internet>
- Jayabuana, N. N. (2018, Februari 18). *Shopee Perkuat Basis Konsumen Milenial*. <https://teknologi.bisnis.com/read/20180208/105/736127/shopee-perkuat-basis-konsumen-milenial#:~:text=CEO%20Shopee%20Chris%20Feng%20menyatakan,7%2F2%2F2018>
- Juliandi, A. (2013). *Metode Penelitian Bisnis, Konsep dan Aplikasi* . UMSU Press.
- Kana, Y. D. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Belanja Online Mahasiswa Yang Berdomisili Di Kabupaten Sleman. *Jurnal Manajemen dan Bisnis MEDIA EKONOMI, Vol XIX, 247*.
- Kemp, S. (2020, Februari 18). *Digital 2020 Indonesia*. Diambil kembali dari Datareportal : <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>
- Kotler, A. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran* . Jakarta: Erlangga.
- Lasono, I. N. (2021, Oktober 8). *KOMPAS.com*. Diambil kembali dari Persaingan E-commerce Ketat, Shopee Unggul Dalam Jumlah Kunjungan Pelanggan: <https://money.kompas.com/read/2021/10/08/145757126/persaingan-e-commerce-ketat-shopee-unggul-dalam-jumlah-kunjungan-pelanggan?page=all>
- Lidwani, A. (2021, Juni 4). *Penggunaan E-commerce Indonesia Tertinggi di Dunia.:* <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>
- M.Vidya, P. (2019). Consumer Behaviour Towards Online Shopping an Analysis with Product Dimensions. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering*, 511-514.

- Mubarok, W. R. (2017). *Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Mediasi Sikap, Dan Persepsi Risiko Pada Pembelian Online Shopee*. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Nahampun, T. J. (2020). *Pengaruh Payment System dan Jasa Pengiriman Aplikasi Shopee Terhadap Kepuasan Konsumen di Medan Selayang*. Medan: Unuversitas Sumatera Utara.
- Nur Indriantoro, M. P. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Pebrianto, F. (2019, Desember 18). *bisnis.tempo.co*. Diambil kembali dari tempo.co: <https://bisnis.tempo.co/read/1285231/survei-pdat-tempo-perempuan-pilih-shopee-pria-pilih-tokopedia/full&view=ok>
- Pebrianto, F. (2019, Desember 18). *Survei PDAT Tempo: Perempuan Pilih Shopee, Pria Pilih Tokopedia*. Diambil kembali dari bisnis.tempo.co: <https://bisnis.tempo.co/read/1285231/survei-pdat-tempo-perempuan-pilih-shopee-pria-pilih-tokopedia/full&view=ok>
- Philip Kotler, K. L. (2009). *Marketing Management* . Pearson Prentice Hall.
- Primadasa, Y. G. (2019). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee*. Bekasi: Universitas Pelita Bangsa.
- Prof. Dr. Winardi, S. (1991). *Marketing dan Perilaku Konsumen*. Bandung: Mandar Maju.
- Rambe, D. S. (2014). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Online* . Sumatera Utara: Universitas Sumatera Utara.
- Sahar Karimi, C. P. (2018). The Impact of Cunsumer Archetypes on Online Purchase Decision-Making Processes and Outcomes : A Behavioural Process Perspective. *Journal of Business Research*, 71-82.
- Septianingsih, A. (2020). *Analisis Perilaku Belanja Online Mahasiswa Universitas Islam Indonesia*. Universitas Islam Indonesia.

- Setiawan, I. P. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Vape Merek Smoke di Wisma Vape Store*. Singaraja: Universitas Pendidikan Ganesha.
- Shopee Karir*. (t.thn.). Diambil kembali dari Tentang Shopee: <https://careers.shopee.co.id/about/>
- Sinaga, J. A. (2020). *Studi Tentang Persepsi Konsumen Terhadap Pembelian Online Saat Pandemi Covid-19*. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*. Jakarta Pusat : Lentera Ilmu Cendikia.
- Sufarhin, P. (2018). *Analisis Faktor Yang Mendorong Belanja Online Pada Mahasiswa Di Kota Medan* . Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Sumaryanto, N. A. (2020). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Belanja Online di Pasar Tradisional Kota Semarang. *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 21.
- Suryawardana, V. B. (2018). Perilaku Konsumen Dalam menggunakan Jasa Transportasi Ojek Online Di Semarang. *Majalah Ilmiah Solusi*, 59.
- Suyanto, M. (2003). *Strategi Periklanan Pada e-Commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta : Andi.
- Vinna Sri Yuniarti, S. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Wikipedia. (2021, September Senin). <https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee>. Diambil kembali dari Wikipedia Ensiklopedia Bebas : <https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee>
- Winardi, J. (1991). *Marketing dan Perilaku Konsumen* . Bandung: Mandar Maju.
- Zahid Ahmed, L. S. (2017). A Study on The Factors Affecting Consumer Buying Behavior Towards Online Shopping in Pakistan. *Journal of Asian Business Strategy*, 44-56.