

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Jogiyanto. (2015). *Partial LEast Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Abdullah. (2019). Toward the Best Model of Purchase Decision. *Advances in Economics, Business and Management Research, volume 120*, 285 - 290.
- Alma, P. D. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anggita, R., & Ali, H. (2017). The Influence of Product Quality, Service Quality and Price to Purchase Decision of SGM Bunda Milk. *Scholar Middle East Publisher*.
- Aptaguna, & Pitaloka. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Gojek. *Journal of Pembangunan Jaya University*.
- Brata, B. H. (2017). The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi At PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta. *Scholars Middle East Publishers*.
- Dapas, e. a. (2019). The Effect of Service Quality and Website Quality of Zalora.com. *Quality Management Vol. 20 No 169*, 87 - 92.
- Dianka. (2021, September 02). *Survei: Shopee Juara Pembelian, Tokopedia Paling Memuaskan*. Diambil kembali dari Tren Asia: <https://www.trenasia.com/survei-shopee-juara-pembelian-tokopedia-paling-memuaskan>
- Dive Digital. (2021, July 23). *Mengenal Sejarah Berdirinya Shopee Sebagai Marketplace Ternama Asia*. Diambil kembali dari Dive Digital: <https://divedigital.id/sejarah-shopee/>
- Djan, & Adawiyyah. (2020). The Effect of Convenience and Trust to Purchase Decision. *International Journal of Business and Economics Research*, 263 - 269.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Sleman: Deepublish Publisher.
- Gaspersz, V. (2009). *Production Planning And Inventory Control*. Jakarta: Gramedia.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hidayat, A. A. (2010). *Metode Penelitian Keperawatan dan Teknik Analisis Data*. Jakarta: Salemba Medika.
- Idris, M. (2021, November 09). *Pengertian E-commerce dan Bedanya dengan Marketplace*. Diambil kembali dari Kompas: <https://money.kompas.com/read/2021/09/11/191943626/pengertian-e-commerce-dan-bedanya-dengan-marketplace>

- Indonesiabaik. (2018). *Indonesia Ladang Subur E-Commerce*. Diambil kembali dari Indonesiabaik: <https://indonesiabaik.id/infografis/indonesia-ladang-subur-e-commerce>.
- Iriawan, H. (2021). *Manajemen Merek & Kepuasan Pelanggan*. Penerbit NEM.
- Jamaludin, e. a. (2015). Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 21 No. 1*, 1- 8.
- Jayabuana. (2018, Februari 08). *Shopee Perkuat Basis Konsumen Milenial*. Diambil kembali dari Bisnis.com: <https://teknologi.bisnis.com/read/20180208/105/736127/shopee-perkuat-basis-konsumen-milenial>
- Kasiram, M. (2008). *Metodologi Penelitian*. Malang: UIN-Maliki Press.
- Katadata. (2021, November 18). *Kunjungan ke Web Shopee Meningkat 5,8% pada Kuartal III 2021*. Diambil kembali dari Katadata: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/18/kunjungan-ke-web-shopee-meningkat-58-pada-kuartal-iii-2021>
- Katadata. (2021). *Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia*. Diambil kembali dari Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principle of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management, Thirteenth Edition*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management. 15th Edition*. London: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2015). *Marketing Management in Global Marketing*. United States of America: Prentice Hall.
- Lokadata. (2020). *Pangsa pasar 5 smartphone di Indonesia , Q4 2020*. Diambil kembali dari Lokadata: <https://lokadata.beritagar.id/chart/preview/pangsa-pasar-5-smartphone-di-indonesia-q4-2020-1614142080>
- Marketeers. (2022, January 30). *Shopee Vs Tokopedia, Siapa yang Menjadi Top of Mind Konsumen?* Diambil kembali dari Marketeers: <https://www.marketeers.com/shopee-vs-tokopedia-siapa-yang-menjadi-top-of-mind-konsumen>
- Maulana. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT.TOI. *Journal if Economic*.

- Mbete, & Tanamal. (2020). Effect of Easiness, Service Quality, Price, Trust of Quality of Information,. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*, 100 - 110.
- Mursid, M. (2014). *Manajelen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Novika, S. (2021, March 07). *Merunut Perkembangan e-Commerce di Indonesia*. Diambil kembali dari Detik Finance: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5484706/merunut-perkembangan-e-commerce-di-indonesia>
- Nurmiati, e. t. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Honda Vario di Kota Jayapura. 1-17.
- Pertiwi, D. (2021). *Pemasaran Jasa Pariwisata (Dilengkapi dengan Model Penelitian Pariwisata Gedung Heritage di Bandung Raya)*. Deepublish Publisher.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Ramli, K. (2011). *Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rivai, J., & Zulfitri. (2021). The Role of Purchasing Decisions Mediating Product Quality, Price Perception, and Brand Image on Customer Satisfaction of Kopi Janji Jiwa. *Journal of Business and Management Studies (JBMS)*, 31.
- Sarwono, J., & Narimawati, U. (2015). *Membuat Skripsi, Tesis, dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*. Yogyakarta: ANDI.
- Schiffman, L. G., & Wisembit, J. L. (2015). *Consumer Behavior: Eleventh Edition*. United States of America: Pearson.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2010). *Research Methods For Business, Fifth. Edition*. New York: John Wiley and Sons Ltd.
- Selular. (2019, Agustus 14). *Shopee Fokuskan Segmentasi Pasar*. Diambil kembali dari Selular: <https://selular.id/2019/08/shopee-fokuskan-segmentasi-pasar/>
- Setiawina, N. D. (2016). *Harapan Rasional Ekonomi Makro*. Yogyakarta: ANDI.
- Shopee. (2021). *Shopee adalah No. 1 Tempat Belanja Online se-Indonesia*. Diambil kembali dari Shopee: <https://careers.shopee.co.id/about/>
- Sindo. (2020, November 20). *Pengguna Internet Meningkat Tajam*. Diambil kembali dari Sindo: <https://nasional.sindonews.com/read/238494/16/pengguna-internet-meningkat-tajam-1605791504>
- Sitorus. (2022). *Brand Marketing: The Art Of Branding*. Media Sains Indonesia.
- Statista. (2019, September 12). *Best perceived mobile shopping apps according to respondents in Indonesia as of April 2019*. Diambil kembali dari Statista:

<https://www.statista.com/statistics/1049183/indonesia-best-performance-mobile-shopping-app/>

- Statista. (2019, February 13). *Major reasons to not like the online platform Shopee in Indonesia as of 2018*. Diambil kembali dari Statista:  
<https://www.statista.com/statistics/968374/indonesia-reasons-to-dislike-shopee/>
- Statista. (2019, February 13). *Reasons to prefer Shopee over other online platforms in Indonesia as of 2018*. Diambil kembali dari Statista:  
<https://www.statista.com/statistics/964362/indonesia-reasons-to-prefer-shopee-over-others/>
- Statista. (2019, September 09). *Respondents' perception on mobile shopping app Shopee in Indonesia as of April 2019*. Diambil kembali dari Statista:  
<https://www.statista.com/statistics/1048555/indonesia-consumer-perception-on-mobile-shopping-app-shopee/>
- Statista. (2021, May 25). *Most popular international e-commerce sites in Indonesia as of 1st quarter 2021, by monthly web visits*. Diambil kembali dari Statista:  
<https://www.statista.com/statistics/1012480/indonesia-leading-b2c-ecommerce-sites-international/>
- Statista. (2022, March 28). *Total gross merchandise value (GMV) of Shopee from 1st quarter 2020 to 4th quarter 2021*. Diambil kembali dari Statista:  
<https://www.statista.com/statistics/1118049/shopee-gross-merchandise-value/>
- Suari, M. T. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Bisma : Jurnal Manajemen*, 26-33.
- Sudjana, N. (2010). *Dasar-dasar Proses Belajar*. Bandung: Sinar Baru.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan, Penelitian Evaluasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif : Untuk Penelitian yang Bersifat Eksploratif, Enterpretif, Interaktif dan Konstruktif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Supranto. (Mengukur Tingkat Kepuasan Pelanggan atau Konsumen). 2006. Jakarta: Rineka Cipta.
- Supriadi. (2022, April 20). *Layanan Pengiriman eCommerce Terbaik Pilihan Konsumen Indonesia*. Diambil kembali dari Marketing.co.id:  
<https://www.marketing.co.id/layanan-pengiriman-ecommerce-terbaik-pilihan-konsumen-indonesia/>
- Swastha, B., & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Tjiptono, & Fandy. (2012). *Strategi Pemasaran Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, & Fandy. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Ulrich, K. T., & Eppinger, S. D. (2008). *Product Design and Development, 4th Edition*. New York: McGraw-Hill.
- Usmiar. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Desain Terhadap Pembelian Kendaraan Bermotor Honda Beat. *Menara Ilmu*, 81-86.
- Wahyuni, S., & Ginting, M. (2017). The Impact of Product Quality, Price and Distribution on Purchasing Decision on the Astra Motor Products in Jakarta. . *Journal of Business Management and Accounting*.
- Widyastuti, S., & Said, M. (2017). Consumer Consideration in Purchase Decision of SPECS Sports Shoes Product through Brand Image, Product Design and Price Perception. . *International Journal of Supply Chain Management*.
- Xuan, e. a. (2019). Satisfaction of GPP Pharmacyin Ho Chi Minh City. *BiomedJ Sci& Tech*, 1491 - 1498.