

## BIBLIOGRAPHY

- Ahmadi, F., Sunyoto & Ardiansari, A. (2018). Pengaruh Perdagangan Online Terhadap Perilaku Masyarakat Kota Semarang. *Riptek*, Vol 12 (2), 107-118.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Al Shaikh, M. E. (2021). *Importance of marketing mix elements in determining consumer purchase decision in the retail market*, 12(6), 56-72.
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. (2022). Pengaruh citra merek, promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada e-commerce Tokopedia di kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 663-674.
- Angelina, G. (2022). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Di Era Pandemi (Studi Pada Konsumen The Body Shop Kota Manado)*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 208-219.
- Benedictus, P. (2019). *Analisis E-Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembeli Traveloka. (Not Published)*. Bandung: Telkom University.
- Cindy, M. (2020): *Strategi E-Commerce Merebut Pasar Belanja Online Saat Normal Baru*. Source From: <https://katadata.co.id/febrinaiskana/digital/5ee498aa1f4cf/strategi-e-commerce-merebut-pasar-belanja-online-saat-normal-baru> (Access: 2022)
- Darmawan, A. D. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Screamous*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Pasundan Bandung
- David, et al., (2022). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. Productivity, Vol. 3 No.*(e-ISSN. 2723-0112). Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Sam Ratulangi.
- Doni, A. (2020). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Online Angkutan Kereta Api. (Not Published)*. Bandung: Telkom University.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 25. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryanto, M. P. S., & Juanim, H. (2021). *PENGARUH E-MARKETING MIX TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN DAN IMPLIKASINYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN DI E-COMMERCE SHOPEE (Studi Kasus pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung Angkatan 2015-2018)* (Doctoral dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas).

- Hudak, M., Kianičková, E., & Madleňák, R. (2017). The importance of e-mail marketing in e-commerce. 192, 342-347. *Procedia engineering*.
- Jayani, D. H. (2021). *10 E-Commerce dengan Pengunjung Situs Bulanan Tertinggi* (Kuartal I-2021). Source From: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/11/jumlahpengunjung-tokopedia-kalahkan-shopee-pada-kuartal-i-2021>: databoks.katadata.co.id
- Jose, M.S. (2021). *Influence E-Marketing Mix on the Product Purchase Decision Process at Tiket.Com*. Telkom University: not published
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-Prinsip Marketing*. Jakarta : Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Indeks.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2017). *E-Comerse 2016 business, tecnology, sociey* (12th ed.). England: Britis Library Cataloguint-in.
- Laela, R. (2015). *The Influence of Marketing Mix Variables on Purchase Decision and Customer Satisfaction*. Pp 1-10. Universitas Brawijaya, Malang.
- Lailiya, N. (2020). Pengaruh brand ambassador dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian di Tokopedia. *IQTISHADequity jurnal MANAJEMEN*, 2(2), 113-126.
- Lathifah, N. S. (2020). Marketing Mix in E-Commerce Purchasing Decisions. *Journal of Economicate Studies (JoES)*, Vol. 04 No.01, 2020. pp 36–43. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Mohammed, S. (2021). *Analisis Strategi Marketing Mix Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen*. Tesis. Program Studi Ekonomi Syari'ah Pascasarjana. UIN Khas Jember
- Muhammad, K. (2022). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kaos Five Review Di Lazada Selama Pandemi Covid-19*. Telkom University Business Administration: not published
- Nurbani, A., Mulyanto, H., Wardani, M. K., & Andriyani, M. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan dan Kepercayaan serta Dampaknya pada Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 16(02), 109–120
- Pandega, P. W. (2018). *The Effect Of Experiential Marketing To Customer Loyalty Through Customer Satisfaction As Intervening*. *INCBA 2018*. Khon Kaen, Thailand
- Populix. (2020). Riset Populix: Tren Belanja Online Masyarakat Indonesia. Source From: <https://info.populix.co/articles/tren-belanja-online-masyarakat-indonesia/>
- Putrie, Nadia K., Murti, Heru A. S. M. (2016). Perbedaan Motivasi Membeli Produk Fashion secara Online pada Laki-Laki dan Perempuan di Universitas Kristen Satya Wacana. Skripsi. Universitas Kristen Satya Wacana. Salatiga.

- PT Tokopedia. (2009 – 2022): *About Tokopedia*. Source From <https://www.tokopedia.com/about/>
- Rachman, M.F. (2021). *Pengaruh E-Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mesz Store*, 1-11.
- Regina, E. R. (2019). E-Marketing Strategy Analysis of Consumer Purchase Decision in Indonesia Online Sports Stores. *Business International Conference on Information Management and Technology, Vol. 1*, pp 426–431.
- Riduwan, dan Engkos Achmad Kuncoro. 2017. *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung : Alfabeta
- SANTOSA, E. T. A. (2020). *Pengaruh Return on Equity (Roe), Return on Asset (Roa), Debt to Equity Ratio (Der), Dan Earning per share (Eps) Terhadap Return Saham 50 Most Active Stocks By Trading Value (Studi Kasus di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018)* (Doctoral dissertation, Unika Soegijapranata Semarang).
- Sari, Chaca Andira. (2015). Perilaku Berbelanja Online di Kalangan Mahasiswa Antropologi Universitas Airlangga. *AntroUnairdotNet*, IV(2), 209-210.
- Sari, D. P., & Soliha, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian E-Commerce Tokopedia di Kota Semarang.
- Sirclo. (2019). *Navigating Market Opportunities in Indonesia's E-Commerce*. Dikutip dari artikel <https://insights.sirclo.com/blog/2019/11/navigating-market-opportunities-in-indonesias-e-commerce>.
- Sriram, K. V. (2019). *Does E-Marketing Mix Influence Brand Loyalty And Popularity Of E-Commerce Websites?* *ABAC Journal*, Vol.39 No.2 (April-June, 2019), pp 64-81. Assumption University.
- Sugiyono. (2019). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta.
- Syahdadini, P. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mobile Xl (studi Kasus Di Kota Bandung)*, 5(2), 1-5.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian Tokopedia di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(2).
- Taufik, M. (2019). *Effect of Marketing Mix on Purchase Decision Process at Shopee Marketplace*. Telkom University: not published.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Yogyakarta : Andi.
- Tuwaitan, C. (2022). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT Daya Kaji Cemerlang*. *Productivity*, Vol. 3 No.4 (e-ISSN. 2723-0112). Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Sam Ratulangi