

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M.A., dan Alam, N.A. 2020. *E-commerce teori dalam bisnis digital*. Yayasan Kita Menulis. Medan.
- Anandita, F.B.A., dan Saputra S.D. 2015. *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial*. 15(2) : 203-210
- Budiyanto, T., Kojo, C., dan Tawas, H.N. 2016. *Strategi Promosi, Kualitas Produk Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Merefreshing Rumah Pada Puri Camar Liwas PT. Camar Sapta Ganda*. Berkala Ilmiah Efisiensi. 16 (4) : 489-500.
- Demanda, F.O., 2018. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Di Throwback Coffe + Kitchen Cikarang*. Fakultas Bisnis. Jurusan Manajemen. President Univercity.
- Duli, N. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Deepublish. Yogyakarta.
- Firmansyah, A. 2019. *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. CV. Qiara Media. Surabaya.
- _____. 2019. *Pemasaran : Dasar dan Konsep*. Qiara Media. Surabaya.
- _____. 2020. *Pengantar E-Marketing*. Qiara Media. Surabaya.
- _____. 2020. *KOMUNIKASI PEMASARAN*. Qiara Media. Surabaya.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariant Dengan Program SPSS*, Cetakan Kedelapan, Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hapsari, R., Ratnawati, K., dan Anggraeni, R. 2020. *Entrepreneurial Marketing*. Universitas Brawijaya Press. Malang.
- Haryana, R.D.T. dan Novianti, R. 2020. *MONOGRAF Fenomena Cashless Society Di Era Ekonomi Digital*. Cipta Media Nusantara. Surabaya.
- HelpShopee. 2018. *Pilihan Jasa Kirim Di Marketplace Shopee*. Hidayat. 2013. "Pengaruh Promosi Penjualan Produk Purence Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Bandung". Fakultas Bisnis Dan Manajemen. Jurusan Manajemen. Universitas Widyatama Bandung.
- <https://digimind.id/10-kategori-produk-terlaris-shopee>. 10 Desember 2020. (14:00).
- <https://help.shopee.co.id/s/article/Apa-saja-pilihan-jasa-kirim-di-Shopee>. 10 Desember 2020. (15:15).

<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce>. 10 Desember 2020. (15:00).

Indrasari, M. 2019. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press. Surabaya.

Ismail, F. 2018. *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu-Ilmu Sosial*. Kencana. Jakarta.

Jusuf, D.I. 2018. *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online*. Andi. Bandung.

Mazuanda, D. 2018. “Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Distro Vearst Jeans Bandung”. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Jurusan Manajemen. Universitas Pasundan Bandung.

Musfar, T.F., 2020. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran : Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Media Sains. Bandung.

Riandika, R.N., dan Arifin, R. 2017. *Pengaruh Lokasi, Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Mall Dinoyo City*. Riset Manajemen. 50-64.

Riyanto, S., dan Hetmawan, A.A. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Dibidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish. Yogyakarta.

Rukajat, A. 2018. *Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach*. Deepublish. Yogyakarta.

Sattar. 2017. *Buku Ajar Pengantar Bisnis*. Deepublish. Yogyakarta.

Setyarko, B., 2016. *Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan Dan Kemudahan Pengguna Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online*. 5 (2) : 128-147.

Shabandi, A. 2018. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pengguna Smartphone Iphone”. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Jurusan Manajemen. Universitas Pasundan Bandung.

Sudarso, A. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan (Dilengkapi Hasil Riset Pada Hotel Berbintang di Sumatera Utara)*. Deepublish. Yogyakarta.

Sudjatmika, F.V., 2017. *Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.com*. Agora. 5(1).

Yahya, F., Cholifah & Istanti, E. 2017. *Pengaruh Kualitas Informasi, Kemudahan & Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pengguna Lazada.co.id Di Sidoarjo*. Manajemen Brachmark. 3(3) : 209-216.