

## DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, N. (2019). Prestasi *Shopee Marketplace*. Sejarah *Shopee*. Diperoleh pada 23 Maret 2019, dari <https://careers.shopee.co.id>.
- Amron, A. (2018). *Effects of Product Quality, Price, and Brand Image on The Buying Decision of City Car Product*. *Archives of Business Research*, 6(4), 1-8.
- Arini (2019). Rata-rata Rangking Aplikasi Kategori *Shopping* di Indonesia. Persaingan *E-commerce*. Diperoleh pada 25 Maret 2019, dari <http://iprice.com>.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Devi, R. (2017). *Analisis Dampak Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Study Kasus Sistem Jual Beli Online pada Goals Lumajang)*. Skripsi Tidak Dipublikasikan. STIE Widya Gama, Lumajang.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulis Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Diponegoro: Universitas Diponegoro.
- Hariri, D. O. (2018). Kelebihan Berbelanja di *Shopee*. *Inspirasi Shopee*. Diperoleh pada 9 agustus 2018, dari <http://shopee.co.id/inspirasi-shopee>.
- Husein. (2011). *Metode Riset Perilaku Organisasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Jayanti, R. D. (2015). Pengaruh Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* (Studi Kasus Pada Harapan Maulina Hijab Jombang). *journal.stiedewantara*, 10(1), 13-27.
- Junaidi. (2018). Tabel Distribusi. Tabel Uji t dan Uji F. Diperoleh pada 9 agustus 2018, dari <http://junaidichaniago.wordpress.com>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Kuncoro. (2006). *Analisis Regresi Linier Berganda*. Yogyakarta: STIM YKPN.
- Kurnia, B. (2019). Sejarah Berdiri *Shopee*. Perkembangan *Shopee*. Diperoleh pada 25 Maret 2019, dari <https://id.m.wikipedia.org>.
- Lopiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

- Maulidiyahwati, S. (2017). *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Risiko Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei Pada Konsumen [www.lazada.co.id](http://www.lazada.co.id))*. Skripsi Tidak Dipublikasikan. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Nawang Sari, S., & Pramesti, W. N. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Tokopedia.com). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 4(3), 385-394.
- Oentori. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Priansa, D. J. (2017a). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia Bandung.
- Priansa, D. J. (2017b). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Raje, A., & Vandana, T. K. (2012). *Impact of E-Service Quality on Consumer Purchase Behaviour in an Online Shopping*. *IJCSMS International Journal of Computer Science and Management Studies*, 12(02), 1-5.
- Samuri, V. I. F., Soegoto, A. S., & Woran, D. (2018). Studi Deskriptif Motivasi Belanja Hedonis Pada Konsumen Toko Online Shopee. *Jurnal EMBA*. 6(4). 2238 – 2247.
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Kharisma Putra Utama.
- Setyarko, Y. (2016). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 5(2). 128-147.
- Sudaryono. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2016). *Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi dengan SPSS*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Susanti, D. (2019). Profil, Visi Misi Shopee. *Sejarah Berdirinya Shopee*. Diperoleh pada 8 april 2019, dari <https://shopee.co.id>.
- Sutojo, S. (2001). *Menyusun Strategi Harga*. Jakarta: PT. Damar Mulia Pustaka.

- Tugiso, I., Haryono, A. T., & Minarsih, M.M. (2016). Pengaruh *Relationship Marketing*, Keamanan, Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian *Online Shop* Dan Loyalitas Konsumen Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Pada *Online Shop* Numira Semarang). *Journal Of Management*, 2(2), 1-18.
- Weenas, J. R. S. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA*, 1(4), 607-618.
- Wibowo. (2016). *Manajemen Kinerja*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Wisnumurti, R., & Edwar, M. (2015). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Atasan Wanita Yang Dijual Secara *Online* Melalui Grup Blackberry *Messenger* (Studi Pada *Girls Outfit Project Shop*). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1), 1-17.
- Wood, I. (2009). *Layanan Pelanggan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

