

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Andrea Lidwina. (2021). *Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia*. Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>
- Arjuna, H., & Ilmi, S. (2020). *EFFECT OF BRAND IMAGE, PRICE AND QUALITY OF THE PRODUCT ON THE SMARTPHONE PURCHASE DECISION*. 12.
- Astusti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran* (edisi pert). Deepublish.
- Bungin, H. . B. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi. Format-format Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran*. (Pertama). Prenamedia Group.
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurja*, 1(1), 15–30.
- Darmanto, & Wardaya, S. (2016). *Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Deepublish.
- Databoks. (2021). *penetrasi e-commerce di indonesia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>
- Dinda, Harris, & Jamardua. (2021). *Pengaruh citra merek, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee*.
- Disnakertrans. (2022). *DINAS TENAGA KERJA DAN TRANSMIGRASI KABUPATEN KARAWANG*. Disnaertrans. <https://disnakertrans.karawangkab.go.id/content/profil>
- Faradasya, C. I., & Trianasari, N. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Kpop Stray Kids Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus E-Commerce Shopee). *E-Proceeding of Management*, 8(2), 865–873.

<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/14755/14532>

- Febriantoro, W. (2018). Kajian Dan Strategi Pendukung Perkembangan E-Commerce Bagi Umkm Di Indonesia. *Jurnal MANAJERIAL*, 17(2), 184. <https://doi.org/10.17509/manajerial.v17i2.10441>
- Firdaus, M. A. (2019). PENGARUH SISTEM E-PAYMENT, SOSIAL MEDIA, DAN PEMANFAATAN GO-FOOD TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO KUE DAN ROTI CHOCO BAKERY MEDAN. *Skripsi*, 1–120.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. (2012). *Manajemen pemasaran* (edisi kedua). BPFE Yogyakarta.
- Handrianti, I. (2018). *Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Alat Musik (Studi pada Konsumen Toko Ecayo Yamaha Musik Di Bandar Lampung)* Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung. p. 1-88.
- Hartini, Saryanto, Ningsih, A., & Rudiyanto, M. (2021). *Pengantar Manajemen (Teori Dan Konsep)* (M. M. Dr. Hartini, S.E. (ed.)). Media Sains Indonesia.
- Hendro, C. R., & Hidayat, W. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Handphone Merek Iphone Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Social and Politic*, 1–8.
- Iprice. (2021). *Peta E-commerce Indonesia*. Iprice. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Prinsip-prinsip pemasaran* (B. Sabran (ed.); edisi 12 j). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip pemasaran* (edisi 13). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle of marketing* (14th ed.). Ebook: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Manajemen Pemasaran* (ke dua bel). PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (edisi ke 1). Pearson Education Limited.

- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Alfabeta.
- Nugroho, D. A. (2017). *Pengantar Manajemen untuk Organisasi Bisnis, Publik dan Nirlaba*. Universitas Brawijaya Press.
- Perdagangan, U.-U. (2014). *Undang-Undang Perdagangan, UU No. 7 Tahun 2014, LN No.45*.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (9th ed.). Salemba Empat.
- Petra, U. K., Tanisang, M. D., Vidyarini, T. N., Monica, V., Komunikasi, P. I., Kristen, U., & Surabaya, P. (2020). *Studi Komparatif: Analisis Isi Pesan Pada Posting Instagram E-commerce di Indonesia Pendahuluan*.
- Populix. (2021). *Menelusuri Lebih Jauh Tren Belanja Online Masyarakat Indonesia*.
<https://www.info.populix.co/post/tren-belanja-online-masyarakat-indonesia>
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Purwaka, T. H. (2017). *Pelindungan merek*. yayasan pustaka obor indonesia.
- Puspitasari, T., Maulida, R., Tanjung, T., Hardi, T., & Haryono, W. (2020). Penggunaan Internet Yang Sehat dan Aman di era Milenial SMK PGRI 31 Legok. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Pamulang*, 1(1), 41–50.
<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/kommas/article/view/4605/3451>
- Riskyandy, Y. F., & Sulistyowati, R. (2021). *Pengaruh Media Sosial dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pertandingan Sepak Bola Persebaya Pada Locket.com. Vol 9 No 2 (2021), 7*.
- Ritonga, H. M., Fikri, M., Siregar, N., Agustin, R. R., & Hidayat, R. (2018). *Manajemen pemasaran*.
- Rizki, A. G. (2019). *pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee*. 190.
- Shafira, D. T., Nasution, H. P., & Haro, J. (2021). *KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (Studi Kasus Mahasiswa Politeknik Negeri Medan)*. 525–532.

Shopee.com. (n.d.). *No Title*.

sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta Bandung.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualiatif Dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta Bandung.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta Bandung.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Kedual). Cv Alfabeta.

Suprihanto, J. (2018). *Manajemen* (Sutarno (ed.)). Gadjah Mada University Press.

Tjiptono, F., & Gregorius, C. (2015). *Pemasara Strategik* (edisi 4). CV Andi Offset.

Undang-undang, P. D. A. N. (2018). *Pengawasan e commerce dalam undang-undang perdagangan dan undang-undang perlindungan konsumen*. 48(3), 651–669.

Vidyastuti, H. A. (2018). *Analisis Perbandingan mengenai e-Commerce berdasarkan persepsi Online User dan Online Shopper*. 1–14.

Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11–18. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v3i1.81>

Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Strategi* (Hamdan (ed.); Pertama). Forum Pemuda Aswaja.