

DAFTAR PUSTAKA

1. REFERENSI DARI BUKU

- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Darvin, M., Mamondol, M. R., & Sormin, S. A. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: Qiara Media.
- Firmansyah, M. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. CV BUDI UTAMA.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPAA 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Karami, K. A., & Wismiarsi, T. (2016). Pengaruh Risiko Pada Keputusan Pembelian. 320-333.
- Kotler, P. &. (2014). *Principle Of Marketing (15th edition ed.)*. New Jersey.: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Mufarrikoh, Z. (2020). *Statistika Pendidikan*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.
- Nurdiansyah, H., & Rahman, R. S. (2019). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Diandra Kreatif.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: CV. Albeta Bandung.

Suryati, L. (2015). *Manajemen Pemasaran (Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.

2. REFERENSI ARTIKEL DAN JURNAL

Alex, Dhanya;. (2012). *Impact of Product Quality, Service Quality and Contextual Experience on Customer Perceived Value and Future Buying Intentions*. Vol 3, No.3(SSN 2222-1905 (Paper) ISSN 2222-2839 (Online)), 307-315.

Ardianti, A. N., & Widiartanto. (2020). *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee. Thesis*.

Arifa, N., Hartono, & Robustin, T. P. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga serta Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. Riset Manajemen*, 54-63.

Bahiroh, L., N. R., & M. H. (t.thn.). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) PADA FASHION ONLINE SHOP JOYISM DI INSTRAGRAM. e – Jurnal Riset Manajemen*, 155-169.

Devi, L. K. (2019). *Pengaruh Kuallitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee*. Surabaya.

- Hidayati, N. L. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, VI(03), 77-84.
- Igir, F. G., Tampi, J. R., & Taroreh, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up. *Administrasi Bisnis*, 86-96.
- Isparwati, R. (2022). *Sejarah & Profil Perusahaan Shopee: Kapan Berdiri, CEO, Alamat Kantor*. Dipetik Maret 09, 2022, dari Rini Isparwati: <https://riniisparwati.com/profil-perusahaan-shopee/>
- Kanitra, A., & Andriani, K. (2018). Pengaruh Country Of Origin dan Online Consumer Review Terhadap Trust dan Keputusan Pembelian Produk Oppo Smartphone). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 61 No. 1.
- Karami, K. A., & Wismiarsi, T. (2016). Pengaruh Risiko Pada Keputusan Pembelian. 320-333.
- Kotler, P. &. (2014). *Principle Of Marketing* (15th edition ed.). New Jersey.: Pearson Prentice Hall.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Nasution, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee. *Ecobisma*, 43-53.
- Nuraeni, Y., & Irawati, D. (2021). Pengaruh ONLINE Customer Review, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *Ilmiah Manajemen*, 439-450.

Pradana, Y. S. (2020, Agustus 26). *Menelisik Tren Peningkatan Pengguna Internet di Indonesia*. Dipetik Oktober 18, 2020, dari Good News From Indonesia:

Primadasa, Y. G. (2019). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee*. Bekasi.

Purnamasari, Y. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online di Singaraja Tahun 2015. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (jpp)*.

Putra , G. P. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen. *48*(01), 124-131.

Sari, S. (2019, Agustus 05). Pengaruh Kelompok Referensi, Online Customer Review dan Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian. *Skripsi*, hal. 1-74.

Sutanto, M. A., & Aprianingsih, A. (2016). The Effect Of Online Consumer Review Towardpurchase Intention: A Study In Premium Cosmetic Inindonesia. *Journal International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science*.(ISSN: 2528-617X).

Yuniarti, Y. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online. *Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora*, 27-37.

3. REFERENSI INTERNET

Wikipedia. (2022, Februari 18). *Shopee Wikipedia*. Dipetik Maret 09, 2022, dari

Wikipedia Ensiklopedia Bebas: <https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee>

Pusparisa, Y. (2020, maret 03). *databoks*. (M. A. Ridhoi, Penyunting) Dipetik

Oktober 18, 2020, dari katadata:

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/10/16/shopee-penguasa-e-commerce-asia-tenggara>

Pradana, Y. S. (2020, Agustus 26). *Menelisik Tren Peningkatan Pengguna*

Internet di Indonesia. Dipetik Oktober 18, 2020, dari Good News From Indonesia:

<https://www.google.com/amp/s/www.goodnewsfromindonesia.id/2020/08/26/menelisik-tren-peningkatan-pengguna-internet-di-indonesia/amp>

