

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Arikunto. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Buchari Alma. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Danang Sunyoto. (2016). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Etta Mamang Sangadji dan sopiah. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Andi.
- Garry Armstrong & Phillip Kotler. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Alexander Sindoro & Benyamin Molan (ed.); jilid 1). Prenhalindo.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* No Title. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro.
- Malayu S.P. Hasibuan. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia, Cetakan keempatbelas*. Bumi Aksara.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. (2015). *Manajemen Pemasaran, jilid 1, edisi 13*. Erlangga.
- Philip Kotler, K. L. K. (2016). *Marketing Managemen* (15th ed.). Pearson Education.
- Ricky W Griffin, G. M. (2012). *Organizational Behavior: Managing People and Organizations. Eleventh Edition*. South Western.
- Sarinah, M. (2017). *Pengantar Manajemen*. Budi Utama.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2014). *Metodologi Penelitian*. Pustaka Baru Press.

Sukarna. (2011). *Dasar-Dasar Manajemen*. Mandar Maju.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Andi (ed.); 4th ed.).

Wahyuni, N. (2014). *Uji Normalitas dan Uji Reliabilitas*.

Jurnal

Ardianti, A. N., & Widiartanto. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1-11.

Chesanti, P. C., & Setyorini, R. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Sebagai Pengguna Aplikasi Pln Mobile. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 18(1), 10–17.

Dwijantoro, R., Dwi, B., & Syarief, N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 63.

Fransiska, I., & Madiawati, P. N. (2021). *Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee Di Bandung Analysis of the Effect of Price , Promotion , Service Quality, and Brand Image on Purchasing Decisions on Shopee Users in Bandung*. 8(4), 3340–3353.

Islamy, F. J. (2016). Pengaruh Komitmen Afektif, Komitmen Normatif Dan Komitmen Berkelanjutan Terhadap Turnover Intention Pada Dosen Tetap Stie Inaba Bandung. *Jurnal Indonesia Membangun*, 15(2), 164–181.

R. Jayaputra. (2022). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Repurchase Intention Melalui E-Customer Satisfaction Pada Pengguna Shopee Food. *AGORA*, 10(1).

Ekwinia, Q. B., & Maydena, S. (2020). Impact of Free Shipping Promotion on Product Purchase Decisions in E-Commerce Shopee During Covid-19 Pandemic. *International Journal Administration, Business & Organization*, 2(2), 12-19.

Mewoh, F. M., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Manado Town Square. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 35-42.

Muchtarom, M. A., Widarko, A., & Slamet, A. R. (2018). Prodi Manajemen Gresik. *Riset Manajemen*, 101–113.

Muhammad Fikri Abdurrahim, I. S. (2021). Pengaruh E-Service Quality Aplikasi Myxl Terhadap E-Satisfaction Dan E-Loyalty Pengguna Aplikasi. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 4(2), 595–606.

Murnilawati, Hairudinor, & Rasyidi, M. N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening Di Rumah Makan “Andina” Muara

- Teweh Kabupaten Barito Utara Provinsi Kalimantan Tengah. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 8(1), 1–9.
- Pramudita, A. S., & Agustia, R. E. (2020). E-Service Quality dan E-Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Website Traveloka.com. *Competitive*, 15(2), 106–114.
- Prasetyo, H. D., & Purbawati, D. (2016). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Security Seals Terhadap E-Satisfaction Melalui Keputusan Pembelian Konsumen Pendahuluan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 5(2), 127–134.
- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah. (2020). Pengaruh Harga , Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Jbe*, 1(1), 1–10.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80.
- Ramadan, F., Muchtar, & Hafid, H. (2021). Pengaruh online customer review dan e-service quality terhadap keputusan pembelian melalui marketplace. *Jurnal FORUM EKONOMI*, 23(3), 405–412.
- Santoso, V. A., & Farida, N. (2020). Pengaruh Website Design dan E-Service Quality Terhadap E-Repurchase Intention Melalui E-Trust (Studi pada Pelanggan Lazada di FISIP Universitas Diponegoro). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, IX(Iv), 634–643.
- Surliana, Zulkarnaen, Irianto, & Kisnawati, B. (2020). Pengaruh Harga, Promosi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Konsumen Lazad). *Jurnal Kompetitif: Media Informasi Ekonomi Pembangunan, Manajemen Dan Akuntansi*, 6(1), 82–90.
- Vicramaditya, P. B. (2021). Pengaruh E-Service Quality, Kualitas Informasi dan Perceived Value terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Grabbike. *Journal of Business and Banking*, 10(2), 325-341.
- Yolanda dan Wijanarko, D. H. (2018). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Merek Aqua Serta Implikasinya Terhadap Citra Merek Di Fakultas Ekonomi Universitas Borobudur. *JURNAL MANAJEMEN*, 6(1), 88–108.

Proceeding

- Annisa, A. N. C., & Oktafani, F. (2020). Pengaruh Promosi dan E-Service Quality terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline di Shopee. *EProceedings of Management*, 8(3).
- Ardiansyah, F., & Trianasari, N. (2018). Analisis Implementasi Marketing Mix Street Gourmet Bandung Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Terhadap Followers Instagram *EProceedings ...*, 5(1), 109–117.

Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199.

Internet

TARPER, E. (2022). *Pelanggan ke Pelanggan (C2C)*. Investopedia.Com. diakses pada tanggal 25 Maret 2022. <https://www.investopedia.com/terms/c/ctoc.asp>

WESLEY CHAI. (2020). *B2C (Business2Consumer atau Business-to-Consumer)*. Techtarger.Com. diakses pada tanggal 25 Maret 2022. <https://www.techtarger.com/searchcustomerexperience/definition/B2C>

