

DAFTAR PUSTAKA

- Ahman, A. (2020). *Penyebab Shopee Bisa Salip Tokopedia di Indonesia*. Retrieved from Urbanasia: <https://www.urbanasia.com/penyebab-shopee-bisa-salip-tokopedia-di-indonesia-U6634>
- Aldo Fenalosa, I. L. (2019). *Highlight Belanja Online Indonesia*. iPrice Group.
- Anggriawan, M. O., Tarigan, R. P., & Yuriki. (2020). PENGARUH DARI CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP INTENTION TO PURCHASING ONLINE YANG DIMEDIASI OLEH ATTITUDE TOWARDS ADVERTISING SERTA ATTITUDE TOWARDS ONLINE STORE IMAGE DENGAN.
- Aristo, S. F. (2016). PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN WOLES CHIPS. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*.
- Darmawan, W. I., & Rodhiyah. (2016). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE TOKOPEDIA DI KOTA SEMARANG.
- Fahrevi, S. R., & Satrio, B. (2018). PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE DI SHOPEE.CO.ID. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 7, Nomor 3, Maret 2018*.
- Firdausy, C. M., & Idawati, R. (2017). Effects of Service Quality, Price and Promotion on Customers' Purchase Decision of Traveloka Online Airline Tickets in Jakarta, Indonesia. *International Journal of Management Science and Business Administration, Volume 3, Issue 2, January 2017. DOI: 10.18775/ijmsba*.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*. Pearson.
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2013). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Los Angeles: SAGE Publications, Inc.
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Los Angeles: SAGE Publications, Inc.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review. Vol. 31 No. 1, pp. 2-24. https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203*.
- Harjono. (2019). *E-commerce*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- iPrice. (n.d.). *iPrice*. Retrieved from Peta E-Commerce Indonesia:
<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Jayani, D. H. (2019, Oktober 22). *Databoks*. Retrieved from 10 E-Commerce dengan Pengunjung Terbesar Kuartal III-2019:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/22/inilah-10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbesar>
- Jayani, D. H. (2020, November 24). *Databoks*. Retrieved from Pengunjung Situs Tokopedia Menurun Jadi 85 Juta Pada Kuartal III 2020:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/24/pengunjung-situs-tokopedia-menurun-jadi-85-juta-pada-kuartal-iii-2020>
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prehalindo.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principles of Marketin, 12th Edition*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principles of Marketing, 12th Edition*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Index.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. Pearson.
- Lupioyadi, R. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mufarrohah, L., Hufron, M., & Rahman, F. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian online (Study Pada Pengguna Situs lazadaMahasiswa Kos di Kecamatan Lowokwaru Kelurahan Merjosari). *e – Jurnal Riset Manajemen*.
- Muliani, & Wardhani, F. I. (2020). PENGARUH PROMOSI DI INSTAGRAM DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN NASI PENGGODA SECARA ONLINE MELALUI OJEK ONLINE (OJOL) PADA MASA KARANTINA COVID-19 DI KOTA PONTIANAK. *Integra Volume 10 No. 2, Juni 2020*.
- Purwati, V. D., & Hidayati, L. L. (2018). THE EFFECT OF RELATIONSHIP MARKETING, SECURITY OF TRANSACTIONS, TRUST AND SERVICE QUALITY ON ONLINE PURCHASE DECISIONS (Empirical Study at Muhammadiyah University Magelang). *Prosiding Business and Economics Conference In Utilizing of Modern Technology*, 1-14.
- Rahayu, H., Sismanto, A., & Arianto, T. (2020). THE EFFECT OF PRICES, PRODUCT REVIEWS, EASE OF USE, AND SECURITY OF TRANSACTIONS ON PURCHASING DECISIONS ONLINE IN SHOPEE. *Bima Journal: Bussines Managemet and Accounting*.

- Samosir, C. B., & Prayoga, A. B. (2015). JURNAL PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK ENERVON-C. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Volume 1, Nomor 3, November 2015*.
- Sekaran, U. (2003). *RESEARCH METHODS FOR BUSINESS A Skill-Building Approach*. John Wiley & Sons, Inc.
- Setyowati, D. (2020, September). 'Senjata' Shopee Geser Posisi Tokopedia saat Pandemi Corona. Retrieved from Katadata:
<https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5f63494f10287/senjata-shopee-geser-posisi-tokopedia-saat-pandemi-corona>
- Simamora, B. (2004). *Riset Pemasaran*. Gramedia Utama.
- Statista. (2020). Retrieved from Indonesia Top 10 E-commerce Sites:
<https://www.statista.com/statistics/869700/indonesia-top-10-e-commerce-sites/>
- Strauss, J., & Raymond, F. (2001). *E-Marketing 2nd Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Sudjatmika, F. V. (2017). PENGARUH HARGA, ULASAN PRODUK, KEMUDAHAN, DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE DI TOKOPEDIA.COM. *AGORA Vol. 5, No. 1*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, B. (2020). *Manajemen Pemasaran Modern Edisi Kedelapan*. Yogyakarta: Liberty.
- Talenta, A. M., Mardinsyah, A., & Raharjo, R. H. (2020). ANTESEDEN DARI CUSTOMER TRUST, SATISFACTION DAN FLOW EXPERIENCE SERTA DAMPAKNYA PADA CUSTOMER LOYALTY MUSIC STREAMING (STUDI KASUS LAYANAN LANGIT MUSIK).
- Tokopedia. (2021). *Tokopedia*. Retrieved from About Tokopedia:
<https://www.tokopedia.com/about/>
- Wijaya, T. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT Index.