

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M., Sukotjo, E., & Mokodompit, E. A. (2019). *PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*, 3, 183-195.
- Akbar, M. A., & Alam, S. N. (2020). *E-COMMERCE: Dasar Teori Dalam Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Anggraeni, K. (2019). 642 Aduan KE ylki di 2017, E-Commerce Paling Banyak Dikeluhkan. Retrieved September 28, 2021, from <https://bisnis.tempo.co/read/1052027/642-aduan-ke-ylki-di-2017-e-commerce-paling-banyak-dikeluhkan/full&view=ok>
- Anggraeni, M., Farida, N., & Listyorini, S. (2015). *Pengaruh Perceived Value Dan Brand Image Terhadap Repurchase Intention Melalui Word Of Mouth Sebagai Variabel Intervening Smartphone Samsung Galxy Series*, 1-9.
- Alwendi, A. (2020). Penerapan e-commerce Dalam Meningkatkan daya saing usaha. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(3), 317. doi:10.38043/jmb.v17i3.2486
- Annur, C. M. (2020). Ragam Alasan Konsumen Pilih Berbelanja online. Retrieved October 01, 2021, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/ragam-alasan-konsumen-pilh-berbelanja-online#>

Annur, C. M. (2019, November 29). Inilah e-commerce paling populer di asia Tenggara Menurut Riset iprice. Retrieved November 04, 2021, from <https://katadata.co.id/happyfajrian/digital/5e9a4c4bef9cb/inilah-e-commerce-paling-populer-di-asia-tenggara-menurut-riset-iprice>

Asosiasi Penyelenggara Jasa internet indonesia. (n.d.). Retrieved September 16, 2021, from <https://www.apjii.or.id/>

Astutik, Y. (2021). Shopee sumbang OMZET Terbesar untuk Umkm saat pandemi. Retrieved September 28, 2021, from <https://www.cnbcindonesia.com/entrepreneur/20210504103920-25-242959/shopee-sumbang-omzet-terbesar-untuk-umkm-saat-pandemi>

Bayu, D. J. (2018). Ylki: Keluhan Terbanyak Konsumen Selama 2017 Soal Toko Online - Perdagangan Katadata.co.id. Retrieved October 01, 2021, from <https://www.google.co.id/amp/s/katadata.co.id/amp/yuliawati/berita/5e9a560abb7d3/ylki-keluhan-terbanyak-konsumen-selama-2017-soal-toko-online>

Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). Business Research Methods 12th Edition. In *New York. McGraw- Hill.*

Czaja, R., & Blair, J. (2005). Designing surveys: a guide to decisions and procedures. Second edition. In *United States of America. Pine Forge Press.*
<https://doi.org/10.5860/choice.42-5623>

- Das, K., Tamhane, T., Vatterott, B., Wibowo, P., & Wintels, S. (2018). The digital archipelago: How online commerce is driving Indonesia's economic development. Jakarta, Indonesia: McKinsey & Company.
- Dachi, R. N., Saragih, N., & Simanhuruk, P. (2021). Pengaruh Harga, promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada pt. Honda Indako Binjai. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 264-285. doi:10.54367/jmb.v21i2.1414
- Gunawan, A. V., Linawati, L., Pranandito, D., & Kartono, R. (2019). The determinant factors of e-commerce purchase decision in Jakarta And tangerang. *Binus Business Review*, 10(1), 21-29. doi:10.21512/bbr.v10i1.5379.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis (7th ed.)*. Edinburg: Pearson.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (2th ed.)*. SAGE.
- Hardani, H. A., Ustiawaty, J., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sykmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). Buku metode penelitian kualitatif & kuantitatif. Yogyakarta. CV. Pustaka Ilmu Group
- Hartono, C., Silintowe, Y. B., & Huruta, A. D. (2021). The ease of transaction and e-service quality of e-commerce platform on online purchasing decision. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 13(2), 81. doi:10.26740/bisma.v13n2.p81-93.

- Harun, A., & Ayu Salmah, N. N. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian online melalui Aplikasi Shopee. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(2), 114. doi:10.31851/jmwe.v17i2.4318
- Haryono, S. (2016), *Metode SEM untuk Penelitian manajemen dengan AMOS LISREL PLS*. Jakarta. PT. Intermedia Personalia Utama.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. In R. . Sinkovics & P. N. Ghauri (Eds.), *Advances in International Marketing* (Vol. 20, pp. 277–319). Emerald Group Publishing. [https://doi.org/10.1108/S1474-7979\(2009\)0000020014](https://doi.org/10.1108/S1474-7979(2009)0000020014)
- Hidayat, A., Wijaya, T., Ishak, A., & Endi Catyanadika, P. (2021). Consumer Trust as the antecedent of online consumer purchase decision. *Information*, 12(4), 145. doi:10.3390/info12040145
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga TERHADAP Keputusan Pembelian Pada marketplace Shopee di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31-42. doi:10.37403/mjm.v6i1.143
- Jadhav, V. V., Mahadeokar, R., & Bhoite, D. S. (2019). The Fourth Industrial Revolution I4.0 in India: Challenges and opportunities. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development, Special Issue(Special Issue-FIIIPM2019)*, 105-109. doi:10.31142/ijtsrd23076.

- Kasmi, K., & Candra, A. N. (2017). Penerapan e-commerce Berbasis business to consumers Untuk Meningkatkan Penjualan produk Makanan Ringan Khas Pringsewu. *Jurnal AKTUAL*, 15(2), 109. doi:10.47232/aktual.v15i2.27
- Khan, A. G. (2016). *Global Journal of Management and Business Research*. Electronic Commerce: A Study on Benefits and Challenges in an Emerging Economy, 16(1), 19-22.
- Kothari, C. R. (2004). *Research methodology: Methods and techniques* (2nd ed). *New Age International Pvt.*
- Mahliza, F. (2020). CONSUMER TRUST IN ONLINE PURCHASE DECISION. 6(2). doi:10.36713/epra2013
- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing research: An applied orientation* (6th ed.). Pearson.
- Muijs, D. (2012). *Doing Quantitative Research in Education with SPSS*. In Sage Publications, Ltd.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada e-commerce shopee (survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen universitas Labuhan Batu). *ECOBISMA (JURNAL EKONOMI, BISNIS DAN MANAJEMEN)*, 7(1), 43-53. doi:10.36987/ecobi.v7i1.1528.

- Nurhayati, S. (2017). PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG DI YOGYAKARTA. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 4(2)
- Paramitra, Y. (2019). Pengaruh Pemasaran Hijau, citra merek Dan Pengetahuan Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(1). doi:10.35137/jmbk.v7i1.269
- PETA e-commerce Indonesia - iprice. (n.d.). Retrieved September 16, 2021, from <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Pirouz, D. M. (2006). An Overview of Partial Least Squares. *SSRN Electronic Journal*, October 2006. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1631359>
- Pramaisella, M., & Usman, O. (2021). Influence of brand image, Price, and product quality on Shopee User Purchase Decision (shopee user study in Jabodetabek). *SSRN Electronic Journal*. doi:10.2139/ssrn.3767974
- Pramono, A., Eldine, A., & Muniroh, L. (2020). Pengaruh Harga, Ulasan, Dan Tampilan Produk Terhadap Keputusan pembelian secara online. *Manager : Jurnal Ilmu Manajemen*, 3(3), 421. doi:10.32832/manager.v3i3.3909
- Putra, B. A., & Noermijati, F. R. (2017). The effect of trust, risk, and web design on consumer intention by means of consumer attitude to purchase online. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 15(3), 472-479. doi:10.21776/ub.jam.2017.015.03.12

- Putri, N. A., & Iriani, S. S. (2019). Faktor-Faktor Yang MEMENGARUHI Keputusan PEMBELIAN MELALUI E-Commerce Shopee. *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 8(2), 69. doi:10.31504/komunika.v8i2.2391.
- Rachmawati, S. D., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Kesadaran merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 25. doi:10.19184/ejeba.v7i1.14849
- Rosdiana, E., Suharno, H., & Kulsum, U. (2020). Pengaruh Harga, Keanekaragaman produk, Dan Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian pada toko online shopee. *EKONOMI BISNIS*, 24(2), 13-23. doi:10.33592/jeb.v24i2.520
- Timorria, L. F. (2021, June 03). Platform e-commerce LIHAT PELUANG Perluasan Penjualan Ritel: Ekonomi. Retrieved September 28, 2021, from <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210603/12/1400977/platform-e-commerce-lihat-peluang-perluasan-penjualan-ritel>
- Tulangow, S. G., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. (2019). Pengaruh promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian pt. Shopee International indonesia di Kota Manado. *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS*, 9(3), 35. doi:10.35797/jab.9.3.2019.25129.35-43.

- Sandora, M. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Belanja secara online. *Eko Dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 11(3), 290-310. doi:10.36975/jeb.v11i3.288
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2009). Research Methods for Business Students, 5th Edition. In London. Pearson Education Limited. <https://doi.org/10.1080/09523367.2012.743996>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach (7th Ed)*. Chichester. John Wiley & Sons.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta. Literasi Media Publishing.
- Smith, G. P., Morrow, H. R., & Ross, A. D. (2015). Field Trials of Health Interventions: A Toolbox 3rd edition. United States of America. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1111/1753-6405.12577>
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan: (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D). Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Pendidikan: (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D). Alfabeta.
- Victor, R. (2019, June 14). What are the different types of e-commerce. Retrieved October 31, 2021, from <https://www.hollingsworthllc.com/different-types-of-e-commerce/>

Yoeliastuti, Y., Darlin, E., & Sugiyanto, E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Melalui APLIKASI PENJUALAN online shopee. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 10(2), 212. doi:10.34127/jrlab.v10i2.425

Widoyoko, E. P. (2017). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

