

DAFTAR PUSTAKA

- Adwitiya, A. (2021). *Kejadian Lagi Kurir Bermotor Cekcok Sama Pembeli Gara-gara Sistem COD*. Gridmotor.Motorplus-Online.Com.
<https://gridmotor.motorplus-online.com/read/292717226/kejadian-lagi-kurir-bermotor-cekcok-sama-pembeli-gara-gara-sistem-cod?page=all>
- Anjani, M. R., & Santoso, B. (2018). URGENSI REKONSTRUKSI HUKUM E-COMMERCE DI INDONESIA. *LAW REFORM*, 14(1), 89.
<https://doi.org/10.14710/lr.v14i1.20239>
- Ariyanto, A., Nuryani, A., & Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Bsd Tangerang Selatan. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 3(1), 29–36.
<https://doi.org/10.32493/jee.v3i1.7272>
- Astasari, A. (2018). *Faktor faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Online Pada Mahasiswa UNY* (Vol. 7, pp. 1–142).
- Augustinus, D., & Agnes, A. (2020). THE IMPACT OF INSTAGRAM MARKETING ADOPTION TOWARDS CONSUMER PURCHASE DECISION ON FASHION. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 8(2), 1.
<https://doi.org/10.33884/jimupb.v8i2.1641>
- Devi, L. K. I. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE (Studi Kasus pada Mahasiswa di Surabaya)*.
<https://ecampus.pelitabangsa.ac.id/pb/AmbilLampiran?ref=25576&jurusan=&jenis=Item&usingId=false&download=false&clazz=ais.database.model.file.LampiranLain>
- Dr.M. Anang Firmansyah, SE., MM. (2019). *Pemasaran: Dasar dan Konsep*. Penerbit Qiara Media.
- Dwi Mayasari, I. D. A., & Gde Rudy, D. (2021). Urgensi Rekonstruksi Pengaturan Praktek Perjanjian Perdagangan Melalui E-Commerce. *Jurnal Komunikasi Hukum (JKH)*, 7(1), 235.
<https://doi.org/10.23887/jkh.v7i1.31473>

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Univeritas Diponegoro.
- Hanyda, M. I. (2020). *Pengaruh Promosi, Kemudahan, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Sistem E-Commerce Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Santri Pondok Pesantren Al Barokah)*.
- Harahap, H. H. (2020). Pengaruh Presepsi Kemudahan, Kegunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01, 79–93.
- Ikhtiyar, P., & Wahyuningsih, T. H. (2019). Pengaruh sumber informasi, keamanan, dan persepsi resiko terhadap keputusan pembelian pada Marketplace SHOpee. *Bisnis Dan Ekonomi*, 10 (2)(2), 91–104.
<https://www.e-journal.janabadra.ac.id/index.php/jurnalefektif/article/viewFile/1054/714>
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. In *Unitomo Press* (Vol. 4, Issue 3). <http://marefateadyan.nashriyat.ir/node/150>
- Japarianto, E., & Adelia, S. (2020). PENGARUH TAMPILAN WEB DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI INTERVENING VARIABLE PADA E-COMMERCE SHOPEE. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35–43.
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35-43>
- Lasafta, D. I. (2021). *Menghadapi perang harga di marketplace. Online shop wajib tahu!* <https://bisnika.hops.id/menghadapi-perang-harga-di-marketplace-online-shop-wajib-tahu/>
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90–99.
<https://doi.org/10.33059/jmk.v7i1.756>
- Melisa, C., & Minerva, P. (2020). ANALISIS TENTANG FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN ARSYILA SALON & SPA DI KOTA BUKITTINGGI. *Jurnal Tata Rias Dan Kecantikan*, 2(2), 1–9.
<http://jitrk.ppj.unp.ac.id/index.php/jitrk/article/view/38>
- Mutmainnah, M. (2020). PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT SARANA MULTIGRIYA

- LESTARI. *JURNAL ILMIAH FEASIBLE (JIF)*, 2(1), 83.
<https://doi.org/10.32493/fb.v2i1.2020.83-94.3710>
- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah. (2020). Pengaruh Harga , Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Business and Economics, 1, No 1*(2716–4128), 1–10.
- Ramdahanti, V., & Permata, P. (2020). IMPLEMENTASI E-COMMERCE DENGAN CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) OSCOMMERCE PADA SITUS PENJUALAN (Studi Kasus : Toko Cahaya Komputer). *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak, 1*(1), 58–64. <https://doi.org/10.33365/jatika.v1i1.159>
- Riadi, M. (2020). *Populasi dan Sampel Penelitian (Pengertian, Proses, Teknik Pengambilan dan Rumus)*.
<https://www.kajianpustaka.com/2020/11/populasi-dan-sampel-penelitian.html>
- Rikmadani, Y. A. (2021). TANTANGAN HUKUM E-COMMERCE DALAM REGULASI MATA UANG DIGITAL (DIGITAL CURRENCY) DI INDONESIA. *SUPREMASI : Jurnal Hukum, 3*(2), 177–192.
<https://doi.org/10.36441/SUPREMASI.V3I2.312>
- sirclo. (2020). *Jumlah Pengguna E-Commerce Indonesia di Tahun 2020 Meningkat Pesat*. Sirclo.Com. <https://www.sirclo.com/jumlah-pengguna-e-commerce-indonesia-di-tahun-2020-meningkat-pesat/>
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi, 4*(1), 38–51.
<https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>
- Solim, J., Rumapea, M. S., Agung Wijaya, Manurung, B. M., & Lionggodinata, W. (2019). UPAYA PENANGGULANGAN TINDAK PIDANA PENIPUAN SITUS JUAL BELI ONLINE DI INDONESIA. *Jurnal Hukum Samudra Keadilan, 14*(1), 97–110. <https://doi.org/10.33059/jhsk.v14i1.1157>
- Sonia Cipta Wahyurini, & Trianasari, N. (2020). Analisis Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Mitra Manajemen, 4*(1), 39–50. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i1.321>

- Sopiyan, P. (2019). Pengaruh Strategi Harga Dan Visual Merchandising Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(2), 193–205.
- Statistik, B. P. (2020). Statistik Telekomunikasi Indonesia 2019. In *Badan Pusat Statistik* (Vol. 4, Issue 3). <http://marefateadyan.nashriyat.ir/node/150>
- Stephanie, C. (2021). *Flash Sale Shopee, Pengguna Keluhkan Transaksi Batal dan Akun Diblokir*. Kompas.Com.
<https://tekno.kompas.com/read/2021/05/06/14442427/flash-sale-shopee-pengguna-keluhkan-transaksi-batal-dan-akun-diblokir>
- Sugiarsih Duki Saputri, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 10(1), 46–53.
<https://doi.org/10.35814/coverage.v10i1.1232>
- Suteja, J. (2021). *Shopee Gandeng Jackie Chan dan Joe Taslim Sebagai Bintang Iklan*. 24 Agustus 2021.
<https://www.beritasatu.com/ekonomi/817977/shopee-gandeng-jackie-chan-dan-joe-taslim-sebagai-bintang-iklan>
- Tulangow, S. G., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian PT. Shopee International Indonesia Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(3), 35. <https://doi.org/10.35797/jab.9.3.2019.25129.35-43>
- Wahyudiyono, W. (2019). Implikasi Penggunaan Internet terhadap Partisipasi Sosial di Jawa Timur. *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 8(2), 63. <https://doi.org/10.31504/komunika.v8i2.2487>
- Wikatanazal, E., Pardiman, & Mohammad, Rizal. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Iklan Instagram Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Online Shop Championsteall.Id). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(4), 27–37.