

## DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2020, November). *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. Retrieved from <https://apjii.or.id/>
- Aribowo, D. P., & Nugroho, A. M. (2012). Pengaruh Trust dan Perceived of Risk terhadap Niat untuk Bertransaksi menggunakan E-Commerce. *Jurnal Nominal*, 2(1), 12-13.
- Bawono, A., Isanawikrama, Arif, K., & Kurniawan, Y. J. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online pada Situs Belanja Online. *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan*, 2(2), 143.
- Deisy, M., Lopian, J., & Mandagie, Y. (2018). Analisis Citra Merek, Harga Produk dan Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung pada Seluruh Gerai Seluler di IT center Mando. *Jurnal EMBA*, 6(4), 2296.
- Elmas, M. H., Hermanto, Yatiningrum, A., Rosita, N. M., & Rianti, M. E. (2018). Pengaruh Dimensi Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel. *Jurnal Ecobuss*, 6(1).
- Febriani, R., & Khairusy, M. A. (2020). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser, Harga, dan Desain Produk yang Dimediasi Oleh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian di Online Shopee. *Jurnal Pendidikan, Akuntansi dan Keuangan*, 3(1), 105.
- Febriani, R. R., & Sudaryono, B. (2018). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Layanan terhadap Kepercayaan konsumen dan Keputusan Pembelian pada Toko Online OLX.co.id. *Diponegoro Journal Of Mnagement*, 7(2), 8.
- Ghafiki, R., & Setyorini, R. (2017). pengaruh kualitas situs website terhadap keputusan pembelian pada situs bukalapak.com. *e-Proceeding of Management*, 4(1), 685.
- Ghafiki, R., & Setyorini, R. (2017). Pengaruh Kualitas Website terhadap Keputusan Pembelian pada Situs Bukalapak.com. *e-Proceeding of Management*, 4(1).
- Heni, D. A., Mursito, B., & Damayant, R. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Transaksi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Prngguna Situs Shopee. *Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah*, 18(2), 149.

- <https://shopee.co.id/>. (n.d.). *Profil Shopee*. Retrieved from <https://shopee.co.id/>
- Indonesia, C. (2019, Mei 31). Indonesia Kuasai Duapertiga Total Transaksi Shopee. Retrieved from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190531063221-185-399896/indonesia-kuasai-duapertiga-total-transaksi-shopee>
- Indonesia, S. (2020, November). Retrieved from <https://shopee.co.id/>
- Indriyani, F., & Helling, L. S. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Website, Kepercayaan, Promosi, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen*, 5(1), 59.
- Iprice. (2020, November). *Pertumbuhan E-Commerce kuartal 3 2020*. Retrieved from <https://iprice.co.id>
- [iprice.co.id](https://iprice.co.id). (2020). Peta E-Commerce Indonesia Kuartal I 2019. Jakarta, Jawa Barat, Indonesia.
- Kompas. (n.d.). *Shopee*. Retrieved from <https://www.kompas.com/>
- Kusumah, R. (2015). Analyze The Effect Of Trust, Price, Quality And Perceived Risk Toward Consumer Purchase Behavior In Online Shops Instragram. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(05), 364.
- Liputan6. (2015, Desember 1). Shopee, Aplikasi Belanja Online C2C Meluncur di Indonesia. Retrieved from Liputan6: <https://www.liputan6.com/tekno/read/2379136/shopee-aplikasi-belanja-online-c2c-meluncur-di-indonesia>
- 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. *Jurnal Ecobisma*, 7(1), 51.
- Papafotikas, I., Chatzoudes, D., & Kamenidou, I. (2014). Purchase decisions of Greek Consumers. *Procedia Economics and Finance*, 463.
- Parmariza, Y. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Informasi, Viral Marketing dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian di Instagram. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 5(3), 209.
- Peter, & Olson. (2013). Keputusan Pembelian. In Sangadji, & Sopiha, *Perilaku Konsumen* (p. 333). Yogyakarta: Andi.

- Piaran, R. (2016). Pengaruh Kualitas Website Terhadap Kepercayaan Pelanggan Dalam Menentukan Keputusan Bertransaksi Pada E-Commece. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 1(2), 5.
- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Business and Economics Research*, 1(1), 4.
- Safuan, N. M. (2018). Pengaruh Kualitas Website, Diskon, Dan Kesadaran Terhadap Keputusan Pembelian Di Zalora. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 7(10), 3.
- Safuan, N. M., & Khuzaini. (2018). Kualitas Website, Diskon, dan Kesadaran Terhadap Keputusan Pembelian di Zalora. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 7(10).
- Sangadji , E. M., & Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen. In S. d. Sopiah, *Keputusan Pembelian* (p. 121 dan 332). Yogyakarta: Andi.
- Sastika, W. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Website (WEBQUAL 4.0) Terhadap Keputusan Pembelian pada Website E-commerce Traveloka. *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi, ISSN: 2089-9815*, 652.
- Sastika, W. (2016). analisis pengaruh kualitas website terhadap keputusan pembelian pada website e-commerce traveloka . *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi, ISSN: 2089-9815*, 657.
- Setiadi. (2013). Keputusan Pembelian. In sangadji, & Sopiah, *Perilaku Konsumen* (p. 121). Yogyakarta : Andi.
- Statistik, B. P. (2019, November). Statistik E-Commerce 2019. Jakarta, Jawa Barat, Indonesia.
- Supriyadi, Fristin, Y., & Indra, G. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 138.
- Tempo. (2020, Januari 14). Bukalapak dan JDID, E-Commerce 2019 Paling Banyak Dikomplain (Tempo.co). Jakarta, Jawa Barat, Indonesia.
- Tempo, K. (2020, September 4). Aduan Belanja Online Meningkat selama Pandemi. Retrieved from Koran Tempo:

<https://koran.tempo.co/read/ekonomi-dan-bisnis/457561/aduan-belanja-online-meningkat-selama-pandemi>

- Tempo.co. (2020, Januari 14). Bukalapak dan JDID, E-Commerce 2019 Paling Banyak Dikomplain (Tempo.co). Jakarta, Jawa Barat, Indonesia.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran. In F. Tjiptono, *Promosi* (p. 387). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran. In Tjiptono, *Perilaku Konsumen* (p. 46 dan 47). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran. In Tjiptono, *Promosi* (4 ed., p. 387). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran . In Tjiptono, *Citra Merek* (p. 187). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). Pemasaran Strategik. In T. d. Chandra, *Promosi* (3 ed., p. 431). Yogyakarta: Andi.
- Wong, D. (2017). Pengaruh Ability, Benevolence dan Integrity terhadap Trust, serta Implikasinya terhadap Partisipan Pelanggan E-Commers. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis* (, 2(2), 160.