

DAFTAR PUSTAKA

- “Apa itu Voucher Gratis Ongkir?,” Help.shopee.co.id, - 31 Januari, 2021. <https://help.shopee.co.id/s/article/Apa-itu-voucher-Gratiss-Ongkir>
- “Jadi Brand Ambassador, Rayakan Kemeriahan Ramadan Bersama Al dan Andin Hanya di Shopee!” Inspirasi Shopee, diakses pada 29 Mei, 2021. <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/amanda-manopo-dan-arya-saloka-jadi-brand-ambassador-shopee-indonesia/>.
- “Sejarah Shopee, Model Bisnis, dan Visi Misinya” Pojok Sosmed, - 21 April, 2021. <https://pojoksosmed.com/marketplace/sejarah-shopee/>
- “Shopee,” Cekresi.com, - 1 Februari 2021. <https://promo.cekresi.com/gratis-ongkir/gratis-ongkir-shopee>
- “Stray Kids Jadi Brand Ambassador Shopee Indonesia, Nantikan Penampilannya dalam TV Show Shopee 11.11 Big Sale, Inspirasi Shopee.” - 4 Februari, 2021. <https://Shopee.co.id/inspirasi-shopee/stray-kids-jadi-brand-ambassador-shopee-indonesia-nantikan-penampilannya-dalam-tv-show-shopee11-11-big-sale/>
- Bungin, Burhan. *Metedologi Penelitian Kuantitatif “Komunikasi Ekonomi , dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya”*. Jakarta: Prenada Media Group, 2005. <https://books.google.co.id>
- Cece, Ike Sen. “Pengaruh *Brand Origin*, *Brand Ambassador* dan *Brand Image* terhadap Minat Beli Sepatu Macbeth di Sogo Galaxy Mall Surabaya,” e-Jurnal Manajemen Kinerja 1, no.2 (2015). <https://jurnal.narotama.ac.id/index.php/manajemenkinerja/article/download/86/74>
- Chumairoh dkk, Wawancara *Virtual* Melalui Video Call WhatsApp, 16 Januari 2021.
- Dosen STIE IPIIWA, *Belajar manajemen dimulai dari sini*. Jakarta: Ahlimedia Book, 2016. <https://books.google.co.id>

- Dzulqarnain, Iskandar. “ Skripsi: Pengaruh Fitur Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Marketplace Shopee,” *Universitas Jember* (2019).
<https://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/iskandar%20Dzulqarnain-150910202031.pdf?sequence=2&isAllowed=y>.
- Firmansyah, M. Anang. *Pemasaran Produk dan Merek Planning dan Strategy*. Surabaya: Qiara Media, 2019.
<https://books.google.co.id>
- Garjito, Dany. “Arti Milenial Lengkap dengan Jawaban Milenial Kelahiran Tahun Bearpa” 28 Oktober, 2020. -13 Januari 2021-
<http://www.suara.com/news/2020/10/28/194632/arti-milenial-lengkap-dengan-jawaban-milenial-kelahiran-tahun-berapa>
- Ghazali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.
- Gunawan, Muhammad Ali. *Statistik Penelitian Bidang Pendidikan , Psikologi dan Sosial*. Yogyakarta: Prama Publishing, 2015.
- Ibrahim, Muh Nur Eli. *Produk Kreatif dan Kewirausahaan Akuntansi Keuangan Lembaga* (Yogyakarta: Andi, 2021), 65-66.
<https://books.google.co.id>
- Ilaisyah, Hamida Lailanur dan Raya Sulistyowati. “Pengaruh *Brand Ambassador* Iklan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada *Marketplace* Tokopedia,” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 8, no. 3 (2020).
<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/download/35770/31814>
- Ilmiyah, Khafidatul dan Indra Krishernawan. “Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee di Mojokerto,” *Maker: Jurnal Manajemen* 6, no. 1 (2020).
<https://maker.ac.id/index.php/maker/article/download/143/133>

Indrajit, Richardus Eko. *Electronic Commerce Strategi dan Konsep Bisnis di Dunia Maya*. Bandung: Aptikom, 2002.

Islahuddin, dan Nanang Syaifudin. “Pasar *E-Commerce* Terbesar Indonesia dari Milenial” 20 April, 2020. -13 Januari 2021-
<https://lokadata.id/artikel/pasar-e-commerce-terbesar-indonesia-dari-milenial>

Istiqomah, Mira dan Novi Marlana. “Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim dan Online *Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion*,” *Jurnal Manajemen* 12, 2 (2020),
<https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/view/7426>.

Jeko I.R; “Shopee, Aplikasi Belanja Online C2C Meluncur di Indonesia,” 01 Desember, 2015. -7 Desember 2020-
<http://m.liputan6.com/tekn/read/2379136/shopee-aplikasi-belanja-online-c2c-meluncur-di-indonesia>.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2009.

Kristiyanto, Cornelius Ary dan Yunanda Arpan. “Analisis Kepuasan Pelanggan Bus Damri Cabang Lampung,” *Gema* 12, no. 1 (2020).
<https://www.jurnal.gentiaras.ac.id/index.php/Gema/article/download/197/183>

Mardiani, P'in Endang dan Orland Jorge I. “Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Media *Online (E-Marketing)*” *Jurnal Ekonomi* 4, no. 2 (2013).
<https://media.neliti.com/media/publications/17909-ID-analisis-keputusan-pembelian-konsumen-melalui-media-online-e-marketing.pdf>

Masruroh, “Analisis Maqashid Syariah Imam Haramain dalam Etika Bisnis *e-Commerce* Melalui *Marketplace* (Studi Kasus *Marketplace* Shopee.co.id),” *Saujana: Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah* 2, no. 2 (2020).
<http://ejournal.steikassi.ac.id/index.php/111/article/download/24/7>

- Mulyati, Yofina dan Grace Gesitera. “Pengaruh *Online Customer Review* terhadap *Purchase Intention* dengan *Turst* sebagai *Intervening* pada Toko *Online* Bukalapak di Kota Padang,” *Jurnal Maksipreneur* 9, no.2 (2020). <http://ejournal.up45.ac.id/index.php/maksipreneur/article/download/538/507>
- Muslim, Sarah Amalia. Publikasi Ilmiah “Pengaruh Penggunaan *Brand Ambassador* dan *Brand Image Idol K-pop* terhadap Keputusan Pembelian(Studi Kasus Perusahaan *E-commerce* Tokopedia),” Universitas Muhammadiyah Surakarta (2020). <https://eprins.ums.ac.id/84753/3/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf>.
- Nainggolan, Nana Triapnita dkk, *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Sumatera Utara: Yayasan Kita Menulis, 2020. <https://books.google.co.id>
- Noor, Zulki Zulkifli. *Manajemen Pemasaran Strategik Dilengkapi Dengan Kasus-Kasus Dalam Bidang Bisnis Dan Sektor Publik* (Yogyakarta: Deepublish, 2016), 69. <https://books.google.co.id>
- Nugraha, Agus Ramdhani. “Perancangan Sistem Informasi *E-Marketplace original clothing* Indonesia Berbasis *Web*,” *Jurnal Manajemen Informatika* 5, no. 2, (2018). <http://jurnal.stemik-dci.ac.id/index.php/jumika/article/viewFile/337/409>
- Osak, Derby Juliana dan Yusepaldo Pasharibu. “Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Tagline* terhadap Keputusan Pembelian Online dengan Mediasi *Brand Awareness*,” *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udaya*, ISSN: 2337-3067 (2020). <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/article/download/58857/34467>
- Pratama, Yoga Endhi dkk. “Keputusan Pembelian *Online* Melalui Apliasi *Shopee* Di Surakarta Ditinjau dari Kualitas Layanan, *Online Customer Review* dan Kepercayaan” *Jurnal Edunomika* 3, no. 2 (2019). <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/viewFile/665/512>
- Priyatno, Duwi. *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom, 2010. <https://books.google.co.id>

- Purwasih, Kalih. “Skripsi: Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada *E-commerce* Shopee,” *IAIN Purwokerto* (2019), <https://repository.iainpurwokerto.ac.id/6260/1>
- Putra, Bala dan Djoko Budianto S. “Analisis Dampak Faktor *Customer Relationship Management* dalam Melihat Tingkat Kepuasan dan Loyalitas pada Pelanggan *Marketplace* di Indonesia,” *Jurnal Telematika* 14, no. 1 (2017). <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/telematika/article/viewFile/1964/1748>
- Putri, Nikita Pandasari. “Publikasi Ilmiah: Pengaruh *Online customer review*, Kepercayaan dan Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada Shopee di Soloraya,” *Universitas Muhammadiyah Surakarta* (2020). <http://eprints.ums.ac.id/83633/1/NASPUB.pdf>.
- Rachmatunnisa, “Tokopedia, Bukalapak, Shopee cs, Siapa Juaranya?,” 05 Desember, 2019. -8 Desember 2020- (<http://inet.detik.com/business/d-4811377/tokopedia-bukalapak-shopee-cs-siapa-juaranya>)
- Rerung, Rintho Rante. *E-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018. <https://books.google.co.id>
- Riyadi, Hermawan. “Apa itu Shopee? Keunggulan Apa Saja yang Dimiliki oleh Shopee?,” *Nasebamedia*, 29 April 2019. -31 januari 2021- <https://www.nasebamedia.com/apa-itu-shopee/>
- Safi’I, Tri Alfian dan Prabowo Yudho J. “Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap *Audit Judgement*” *Accounting Analysis Journal* 4, no. 4 (2015). <https://Journal.unnes.ac.id/sju/index.php/aaaj/article/download/9114/5871>
- Sangadji, Zhapyrend Putri dkk. *Literasi Media dan Peradaban Masyarakat*. Malang: Prodi Ilmu Komunikasi UMM dan Intrans Publishing Group, 2020. <https://books.google.co.id>

Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. *Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh*. Jakarta: PT Indeks, 2008.

Situmorang, Syafizal Helmi. *Analisi Data untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. Medan: USU press, 2010. <https://books.google.co.id>

Siyoto, Sandu dan M. Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015. <https://books.google.co.id>.

Solihin, Dede. "Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada *Online Shop* Mikaylaku dengan Minat Beli sebagai *Variabel Intervening*," *Jurnal Mandiri* 4, no.1 (2020), <https://jurnalmandiri.com/index.php/mandiri/article/download/99/78>

Sriningsih, Nunung Wahyu dan Finisica Dwijayanti Patrikha. "Pengaruh Strategi Promosi dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian dengan Moderasi Kepercayaan Di *Marketplace* Shopee," *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 8, no. 3, (2020). <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/download/36017/32033>

Sudaryo, Yoyo dkk. *Digital Marketing dan Fintech di Indonesia*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2020. <https://books.google.co.id>

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.

Sujarweni, Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi*. Yogyakarta: Pustakabarupress, 2015.

Virawati, Eka dan Andriani Samsuri. "Pengaruh *Store Image*, *Online Customer Review* dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace* Shopee dengan Minat Beli sebagai *Variabel Intervening*," *Buletin Bisnis dan Manajemen* 6, no. 2 (2020). http://digilib.uinsby.ac.id/44776/2/Eka%20Virawati_G73216063.pdf.

Wahyudi, Taesar dkk. "Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap Kepercayaan Konsumen Remaja Kota

Mataram pada Pembelian Produk Fashion Shopee *Online Shop*,”
JRM 19, no.1 (2019).
<https://jrm.unram.ac.id/index.php/jrm/article/download/33/10>

Zulfikar dan Nyoman Budiantara, *Manajemen Riset dengan Pendekatan
Komputasi Statistika*. Yogyakarta: Deepublish, 2014.
<https://books.google.co.id>.

