

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005.
- Ghozali, Imam. *Ekonometrika: Teori Konsep dan Aplikasi dengan SPSS 17*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2007.
- Hamali, Arif Yusuf. *Pemahaman: Strategi Bisnis &(Kewirausahaan)* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), 200.
- Hamali, Arif. *Pemahaman: Strategi Bisnis &(Kewirausahaan)*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2016.
- Jamil, Akhmad Sobrun Jamil dan Muhtaba Mitra Zuana, “*Metedologi Penelitian Ekonomi Syariah*”, Yogyakarta: Bening Pustaka, 2019.
- Kotler, Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2017
- Kusumatriana, Adam Lutfhi. et al., *Statistik E-commerce 2020*, Jakarta: BPS-Statistics Indonesia, 2020.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: ALFABETA, 2017.
- Suliyanto, “*Ekonometrika Terapan Teori dan Aplikasi dengan SPSS*”, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2011.
- Sumarwan, Ujang, “*Perilaku konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*”, Jakarta: PT Ghalia Indonesia, 2011.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran: Esensi & Aplikasi*, Yogyakarta: 2016.

Jurnal:

- Anggraini, Cindy Ayu. Dkk. “Cyberbranding Sebagai Upaya Membangun Brand Awareness Shopee Indonesia”, *Jurnal Komunikasi dan Media*, (2018), Vol 2 Nomor 2, 73.
- Erwin, “Kontribusi Kualitas Jasa, Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen dalam Menciptakan Loyalitas Konsumen”, *Jurnal Manajemen*, (2017), Vol. 13 Nomor 2, 6.

- Hidayat, Sarif. dkk, “Pengaruh Media Sosial Facebook Terhadap Perkembangan E-commerce di Indonesia”, *Jurnal SIMETRIS*, (2017), Vol 8 Nomor 2, 417.
- Indrawati, Dewi. “Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Zoya”, *Jurnal of Reasearch in Economics and Management* (2015), Vol 15 Nomor 2, 307.
- Jayanti, Ratna Dwi. “Pengaruh harga dan kepercayaan terhdap keputusan pembelian secara online (Studi kasus pada harapan maulina hijab Jombang)”, *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis* (2015), Vol 10 Nomor 1, 14-15.
- Kapantouw, Christina dan Silvy, “Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Asus di Gamezone Computer Mega Mall Manado”, “*Jurnal EMBA*, (2015), Vol 3 Nomor 2, 709.
- Korowa, Enos. Dkk. “Pengaruh Kelengkapan Produk dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus freshmart Bahu Manado)”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, (2018), Vol 6 Nomor 3, 30.
- Lukito, Imam. “Tantangan Hukum dan Peran Pemerintah dalam Pembangunan E-Commerce”, (*JIIKH*), Vol 11 Nomor 3, (2017), 351.
- Maharani, Estu. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk MATAHARIMALL.COM”, *Jurnal Soalia & Humaniora*, (2018), Vol.2, No.1.
- Meliana, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Giant Hypermart”, *Journal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, (2013), Vol. 1 Nomor 2, 253.
- Pulungan, Delyana Rahmawany, dkk. “Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Kecerdasan Emosional Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswi”, *Jurnal Seminar Nasional Royal (SENAR)*, (2018), Vol. 1 Nomor 1, 401.
- Rachmawati, Ike Kusyadi. Dkk. “Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Pelanggan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online”, *Jurnal Seminar Nasional Sistem Informasi*, (2019), Vol 3 Nomor 1, 1620.
- Sari, Dian Permata. “Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Disitus E-commerce Shopee”, *Jurnal Aplikasi Bisnis*, (2020), Vol 6 Nomor 1, 82.
- Sidharta, Iwan. “Pengaruh Keputusan Transaksi Online Shopping dan Keprecayaan Konsumen Terhadap Sikap Serta Perilaku Konsumen Pada E-commerce”, *Jurnal Computech & Bisnis*, Vol 9 Nomor 1, (2015), 24.
- Suhendra, Gatot dan Iwan Krisnadi, “Kekuatan Shopee Sebagai E-commerce Terpopuler di Indonesia Saat Ini”, (2020), 3.

Verina H. Secapramana, "Model Dalam Strategi Penetapan Harga", *Jurnal UNITAS*, (2001), Vol 9 Nomor 1, 32.

Viona, Veronika. Dkk. "Narasi Shopee dalam Mengembangkan Ekonomi Kreatif Berbasis Teknologi E-Commerce di Era Modern", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, (2021), Vol 1 Nomor 2, 53.

Yulianto, dkk, "Analisis Peranan Teknologi Internet Sebagai Media Transaksi E-commerce dalam Meningkatkan Perkembangan Ekonomi", *Journal SEMNASTEKNOMEDIA ONLINE*, Vol 4 Nomor 1, (2016), 25.

Skripsi:

Hasibuan, Karina Dewi. "Pengaruh Gaya Hidup dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop studi kasus pada online shop softlens Allamoda Lenses". Skripsi--Ilmu Sosial Politik Universitas Sumatera Utara, 2018.

Munawaroh, Hanyda Inayatul. "Pengaruh Promosi, Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Melalui Sistem E-Commerce Shopee". Skripsi—Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo, 2020.

Rizqiyyah, Fathiyatur. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Fashion Secara *Online* Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam". Skripsi —Ekonomi Syariah IAIN SALATIGA, 2020.

Saputra, Wahyu Oky. "Pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Situs E- Commerce LAZADA studi pada mahasiswi pengguna E-commerce Lazada Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang". Skripsi-- Manajemen UIN Maulana Malik Ibrahim, 2019.

Yuliani, Lusi. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Fashion Secara *Online* (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)". Skripsi--Ekonomi Bisnis dan Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin, 2020.

Website:

Boyke P. Siregar. “Tunjuk BlackPink As Brand Ambassador, Shopee Pay How Much?”, dalam <https://www.wartaekonomi.co.id/read204396/tunjuk-blackpink-jadi-brandambassador-shopee-bayar-berapa> , (23 November 2021).

Iskandar. “Dongkrak Brand Awareness, Tokopedia Gandeng Chelsea Island”, dalam <https://www.liputan6.com/tekno/read/2132813/dongkrak-brand-awarenesstokopedia-gandeng-chelsea-island> , (23 November 2021).

Ismail Sumarni. “This Is The Reason Tokopedia Joined BTS to be a Brand Ambassador, dalam <https://www.suara.com/entertainment/2019/10/08/121903/ini-alasan-tokopediagandeng-bts-jadi-brand-ambassador> , (23 November 2021).

Jeihan Kahfi Barlian. “Syahrini Contracted Rp2 Billion as Shopee Brand Ambassador, dalam <https://swa.co.id/swa/trends/syahrini-dikontrak-rp2-miliar-jadi-brandambassador-shopee> 23 November 2021.

Sirclo. “5 Marketplace terbesar di Indonesia”, dalam <https://www.sirclo.com/menilik-tren-perkembangan-e-commerce-indonesia-di-2020/>, (23 November 2021).

Shopee. “Beranda website shopee” dalam <https://shopee.co.id>, (6 April 2022).

