

DAFTAR RUJUKAN

- [1] Shofihara IJ. 87,1 Persen Pengguna Internet di Indonesia Belanja Online, *Www.Kompas.Com* 2021. <https://money.kompas.com/read/2021/09/29/192552226/871-persen-pengguna-internet-di-indonesia-belanja-online-manakah-dompot?page=all> (accessed April 22, 2022).
- [2] iPrice. Cari Tahu Persaingan E-commerce di Indonesia. *Www.Iprice.Co* 2021. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/en/> (accessed April 22, 2022).
- [3] Wijoyo H, Cahyono Y, Ariyanto A, Wongso F. *Digital Economy dan Pemasaran Era New Normal. Sumatra Barat: CV Insan Cendekia Mandiri; 2020.*
- [4] Marthiara A. Shopee Sabet Penghargaan Sebagai Best E-Commerce di Ajang Selular Award 2021. *Www.SelularId* 2021. <https://selular.id/2021/07/shopee-sabet-penghargaan-sebagai-best-e-commerce-di-ajang-selular-award-2021/> (accessed April 22, 2022).
- [5] Setyanto D. Kelebihan dan Kekurangan Belanja Online yang Harus Diketahui. *Www.Faktualnews.Co* 2022. <https://faktualnews.co/2022/01/28/kelebihan-dan-kekurangan-belanja-online-yang-harus-diketahui/301827/> (accessed April 23, 2022).
- [6] Rachmawati IK, Handoko Y, Nuryanti F, Wulan M, Hidayatullah S. Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Pelanggan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Semin Nas Sist Inf 2019* 2019;3:1617–25.
- [7] Cahyono YT, Wibawani ID. Pengaruh Harga, Online Customer Review, dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *Semin. Nas. Call Pap., Surakarta: HUBISINTEK 2021; 2021, p. 867–74.*
- [8] Fransiska I, Madiawati PN. Pengaruh Harga , Promosi , Kualitas Pelayanan , Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee Di Bandung. *J Sekr Dan Adm Bisnis* 2022;35–44. <https://doi.org/https://doi.org/10.31104/jsab.v6i1.271>.
- [9] Ilmiyah K, Krishernawan I. Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Mak J Manaj* 2020;6:31–42. <https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>.
- [10] Pratama YE, Sudarwati, Istiqomah. Keputusan Pembelian Online Melalui Aplikasi Shopee Di Surakarta Ditinjau Dari Kualitas Layanan, Online Customer Review Dan Kepercayaan 2019;03:445–53. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jje.v3i02.665>.
- [11] Alghifari, A.f., dan Rahayu TSM. Pengaruh Diskon, Kualitas Website, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee: Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto. *Deriv J Manaj* 2021;15:223–36. <https://doi.org/https://doi.org/10.24127/jm.v15i2.635>.
- [12] Tashandra N. 80 Persen Konsumen Belanja Online Orang Muda dan Wanita. *Www.Kompas.Com* 2018. <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/03/22/155001820/80-persen-konsumen-belanja-online-orang-muda-dan-wanita?page=all> (accessed April 23, 2022).
- [13] Indrasari M. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press; 2019.