

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2009). *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Aftika, Sonia. 2021. PENGARUH PENGGUNAAN SISTEM PEMBAYARAN SHOPEE PAYLATER “BAYAR NANTI” TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA UIN RADEN INTAN LAMPUNG DALAM PERSPEKTIF BISNIS SYARIAH. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung
- Basu Swasta dan Hani Handoko. (2010). *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Brata, Hadi Baruna., Husani, Shilvana., dan Ali, H. (2017). The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi At PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta. *Journal of Business and Management Studies*, 2(4B), 433–455.
- Cahaya, dkk. 2021. Pengaruh Word of Mouth Terhadap Minat Beli dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Legipait Coffee Shop Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 34 No. 1.
- Christine Pingkan Sampouw. 2019. ANALISIS PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MELALUI SITUS BELANJA ONLINE SHOPEE Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Faktor Pengambilan Keputusan Konsumen Melalui Situs Belanja Online Shopee Periode Juli-Desember 2019. Skripsi. Pada Program Studi Ilmu Komunikasi dan Multimedia Universitas Mercu buna Yogyakarta
- Chrisnathaniel. 2021. Analisis Gamification Shopee.com Sebagai Media Pemasaran Terhadap EWOM, Positive Emotion, & Repurchase Intention (Pada Aplikasi Shopee.com). *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*. Vol. 6. No.4
- Citra, Tamara dan Santoso, S. B. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cetakan Continuous Form melalui Kepercayaan Merek. *Diponegoro Journal Management*, 5(2), 1–12.
- Dafa Faturachman. 2022. ANALISIS PENGGUNAAN APLIKASI SHOPEE TERHADAP MINAT BERBELANJA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG BERDASARKAN PRESPEKTIF EKONOMI ISLAM. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung
- Fajar Zuhilmi. 2021. PENGARUH PENGGUNAAN FITUR SHOPEE GAMES TERHADAP *CUSTOMER ENGAGEMENT* PADA KALANGAN MAHASISWA DI

KOTA MALANG. Jurnal Nomosleca Unmer Malang

- Fuadi. 2019. Kajian hukum terhadap pengguna paylaterdalam pembayaran transaksi anatar konsumen dengan traveloka ditinjau dari POJK nomor 77/POJK.01.2016. Skripsi: Universitas Sumatera Utara.
- Ghozali, I. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gramedia. Sejarah Berdirinya Shopee. <https://www.gramedia.com/literasi/pendiri-shopee/>. Diakses pada tanggal 13 Juni 2022
- IIN CRISTIN SIDABUTAR. 2020. PENGARUH KEPUASAN PENGGUNA FITUR *SHOPEE PAYLATER* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN. Skripsi. Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara
- Iin Ratih Ningcahya. 2020. PENGARUH KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI SHOPEE TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA MUSLIM Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2016). *Metode Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Iswara, D. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pengguna Media Sosial Instagram di Kota Yogyakarta). *Skripsi, Program Sa*.
- Irwansyah. 2017. *Sistem Informasi Geografis: Prinsip Dasar dan Pengembangan Aplikasi*. Yogyakarta : Digibooks.
- Kotler, Philip & Amstrong, G. (2013). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan G. A. (2008). *Prinsip – Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Laith Alrubaiee. 2021. Relationship between B2B E-Commerce Benefits, E-Marketplace Usage and Supply Chain Management. *Global Journal of Management and Business Research* . Vol. 12. No. 9.
- Meithiana Indrasari. 2019. *PEMASARAN & KEPUASAN PELANGGAN*. Surabaya: Unitomo Press
- Maya Dwi Citra Lestari. 2022. PENGGUNAAN KOIN GAME SHOPEE CAPIT DALAM

JUAL BELI DI SHOPEE PRESPEKTIF HUKUM ISLAM (Studi Pada Penghuni Kos-Kosan ar-Rahma 2). Skripsi. Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Orville C. Walker, Boyd. Harper W, Larreche, J. C. (2005). *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Jakarta: Erlangga.

Puspita. 2019. Strategi Marketing Public Relations PT Indosat Tbk dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen IM3. Skripsi, UPN "VETERAN", Jakarta Indonesia.

Rahman, A. (2010). *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business Cara Jitu Merontokan Pesaing. Cetakan Pertama Jakarta : Trans Media Pustaka*. Jakarta: Trans Media Pustaka.

Rizki, Ghani, Amalia., Hidayat, Kadarisman., Devita, R, D, L. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap keputusan pembelian pada e-commerce Shopee Indonesia. *Urnal Administrasi Bisnis*, 2 (72), 49–56.

Rudy Irwansyah, dkk. 2021. *PERILAKU KONSUMEN*. Bandung: CV. Widina Media Utama.

Schiffman & Kanuk. (2015). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks Group Gramedia.

Simamora, B. (2001). *Memenangkan Pasar : Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. In *Memenangkan Pasar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta Bandung.

Sofyan, Mohammad. 2021. ANALISIS PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PADA SHOPEE MALL INDONESIA. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*. Vol. 26. No. 3

Shopee. Fitur Layanan Shopee. <https://shopee.co.id/>. Diakses pada tanggal 13 Juni 2022

Smiliar. <https://www.similarweb.com/top-websites/indonesia/category/e-commerce-and-shopping/>. Diakses pada tanggal 20 Juni 2022

Tijjptono. 2018. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu media publisting.

Veza. 2019. Perancangan E-commerce untuk Memperluas Produk Komunikasi di PT. Golden Communication Berbasis Web Mobile. *urnal Teknik Ibnu Sina (JT-IBSI)*. Vol.4. No.1

Weenas, R, S, J. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *EMBA*, 1(4), 607–618.

Wong, J. (2010). *Internet Marketing For Beginner*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Yustiani & Yunanto. 2017. Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi. *Komputa : Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika*, 6(2): 43–48.
mm