

DAFTAR REFERENSI

- Alma, Buchari. 2020. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amanah, Dita, and Dedy Ansari Harahap. 2018. "Examining the Effect of Product Assortment and Price Discount Toward Online Purchase Decision of University Student in Indonesia." *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 20(2):99–104. doi: 10.9744/jmk.20.2.99-104. Terakreditasi Garuda dengan ISSN 2338-8234.
- Chaniago, Harmon. 2021. *Manajemen Ritel Dan Implementasinya*. Bandung: PT Edukasi Riset Digital.
- Erdawati. 2020. "Pengaruh Gaya Hidup, Iklan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Shopee." *Jurnal Apresiasi Ekonomi* 8(3):365–71. doi: <https://doi.org/10.24952/tijaroh.v4i1.1082>. Terakreditasi S5 dengan ISSN 2613-9774.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Iman, and Hengky Latan. 2020. *Partial Least Square Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Edisi 2. Semarang: Badan penerbit- Undip.
- Hair, Joseph F., G. Tomas M. Hult, Christian M. Ringle, and Marko Sarstedt. 2017. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Second Edi. California: Sage.
- Haryono, Siswoyo. 2016. *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen Dengan AMOS, LISREL, PLS*. Ed ke-1. Jakarta: PT. Intermedia Personalia Utama.
- Hidayat, Rachmat, and Atsari Sujud. 2019. "Pengaruh Atmosfer Toko, Lokasi Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Planet Ban Margonda Raya, Depok." *Oikonomia: Jurnal Manajemen* 15(1):17–29. doi: 10.47313/oikonomia.v15i1.641. Terakreditasi Garuda dengan ISSN 2797-8966.
- Ilmiyah, Khafidatul, and Indra Krishernawan. 2020. "Pengaruh Ulasan

Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto.” *Maker: Jurnal Manajemen* 6(1):31–42. doi: 10.37403/mjm.v6i1.143. Terakreditasi S4 dengan ISSN 2502-4434.

Iprice. 2021. “Report: Peta Persaingan E-Commerce Q3 2021.” Retrieved March 11, 2022 (<https://iprice.co.id/trend/insights/report-peta-persaingan-e-commerce-q3-2021/>).

Kompas. 2021. “Data Penjualan Kosmetik Wajah: Brand Lokal Kuat Bersaing.” Retrieved March 10, 2022 (<https://kompas.co.id/article/data-penjualan-kosmetik/>).

Kotler, Philip, and Gary Amstrong. 2019. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan, Implementasi Dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management Global Edition*. Vol. 15E. 15th ed. Pearson Education Limited.

Mbete, Goldianus Solangius, and Rinabi Tanamal. 2020. “Effect of Easiness, Service Quality, Price, Trust of Quality of Information, and Brand Image of Consumer Purchase Decision on Shopee Online Purchase.” *Jurnal Informatika Universitas Pamulang* 5(2):100. doi: <http://dx.doi.org/10.32493/informatika.v5i2.4946>. Terakreditasi Garuda dengan ISSN 2622-4615.

Nasution, Hamni Fadlilah. 2018. “Pengaruh Kemudahan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Secara Online (Studi Kasus Mahasiswa Belanja Online Pada FEBI IAIN Padangsidimpuan).” *At-Tijaroh: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam* 4(1). doi: <https://doi.org/10.24952/tijaroh.v4i1.1082>. Terakreditasi Garuda dengan ISSN 2549-9270.

Putra, Eko. 2020. “Pengaruh Promosi Melalui Sosial Media Dan Review Produk Pada Marketplace Shopee Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa STIE Pasaman).” *Jurnal Apresiasi Ekonomi* 8(3):467–74. doi: 10.31846/jae.v8i3.298. Terakreditasi S5 dengan ISSN 2613-9774.

- Selly, Selly, Darwin Lie, Efendi Efendi, and Nana Triapnita Nainggolan. 2019. "Pengaruh Iklan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Situs Belanja Online Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa Semester Vi Program Studi Sarjana Manajemen Stie Sultan Agung." *Sultanist: Jurnal Manajemen Dan Keuangan* 7. doi: <https://doi.org/10.37403/sultanist.v7i1.136>. Terakreditasi S4 dengan ISSN2686-2646
- Setiyaningrum, Ari, Jusuf Udaya, and Efendi. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Simamora, Bilson. 2014. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora, Susiana, and Realize. 2020. "Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Online." *Jurnal Ilmiah Kohesi* 4(3):111–22. doi: <https://kohesi.sciencemakarioz.org/index.php/JIK/article/view/162>. Terakreditasi Garuda dengan ISSN 2655-4429.
- SIRCLO. 2021. "Navigating Indonesia's Ecommerce: Omnichannel as the Future of Retail." 22 Oktober. Retrieved March 11, 2022 (<https://katadata.co.id/doddyrosadi/digital/617251e47c94c/riset-sirclo-kic-74-5-konsumen-lebih-banyak-berbelanja-online>).
- Siyoto, Sandu, and Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Social, We Are. 2022. "Indonesia Digital Report." 15 February. Retrieved March 10, 2022 (<https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>).
- Stanton, William. 2012. *Prinsip Pemasaran Jilid I*. Edisi Ke s. Jakarta: Erlangga.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Edisi 1. edited by P. Andi. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Cv Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. cetakan 2. Bandung: Cv Alfabeta.

- Syafrida Hafni Sahir. 2021. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*. Ed 3. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy, and Chandra Gregorius. 2017. *Pemasaran Strategik*. Edisi ke-3. Yogyakarta: Andi.
- Yamin, Sofyan. 2021. *Seri Ebook Statistik Olah Data Statistik : SmartPLS 3, Amos Dan Stata (Mudah Dan Praktis)*. Pertama. Bekasi: PT Dewangga Energi Internasional.