

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1997). *Manajemen Ekuitas Merek: memanfaatkan nilai dari suatu merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Abrilia, N. D., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan dan fitur layanan terhadap minat menggunakan E-wallet pada aplikasi Dana di Surabaya. *Jurnal pendidikan tata niaga (JPTN)*, 8.
- Angelia, D. (2021, Agustus 27). *Intip 7 Layanan Paylater yang Paling Sering Digunakan di Indonesia 2021*. Diambil kembali dari GoodStats: <https://goodstats.id/article/intip-7-layanan-paylater-yang-paling-sering-digunakan-di-indonesia-2021-nsSJn>
- Apriadi, D., & Saputra, A. Y. (2017). E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi)*, 1(2), 131–136. <https://doi.org/10.29207/resti.v1i2.36>
- Ariq, B. (2023, Desember 8). *7 Kelebihan Belanja di Shopee, dari Gratis Ongkir Hingga Ada Layanan Ekspedisi Sendiri!* Diambil kembali dari Inspirasi Shopee: <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/author/ariq-bagas/>
- Asikin, M. N. (2023, Januari 28). *Shopee Bagikan 4 Tren Konsumen di E-Commerce, Pelaku Bisnis Harus Tahu*. Retrieved from JawaPos.com: <https://www.jawapos.com/ekonomi-digital/01433261/shopee-bagikan-4-tren-konsumen-di-ecommerce-pelaku-bisnis-harus-tahu>
- Brunn, P., Jensen, M., & Skovgaard, J. (2002). e-Marketplaces: *European Management Journal*, 20(3), 286–298. [https://doi.org/10.1016/S0263-2373\(02\)00045-2](https://doi.org/10.1016/S0263-2373(02)00045-2)
- Chandra, C. (2016). *Studi Pada Pengguna E-Money Di Indonesia*.
- Durianto, D. (2011). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek* (Cetakan XX). Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Dyah, E. (2023, Juni 26). *Riset Sebut Shopee Masih Mendominasi Puncak Pasar e-Commerce RI*. Diambil kembali dari detikinet: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-6791430/riset-sebut-shopee-masih-mendominasi-puncak-pasar-e-commerce-ri/2>
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Ratmono. (2017). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika: Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan EvIEWS 10*. Semarang: UNDIP.
- Ginee. (2021, Oktober 19). *Sejarah Shopee di Indonesia: Marketplace Sukses di Tanah Air*. Diambil kembali dari Ginee: <https://ginee.com/id/insights/sejarah-shopee-indonesia/>
- Indopos. (2023, Juni 10). *Survei Populix: Shopee Live, Platform Live Streaming Paling Sering Digunakan untuk Belanja Online*. Diambil kembali dari indopos.co.id: <https://www.indopos.co.id/ekonomi/2023/06/10/survei-populix-shopee-live-platform-live-streaming-paling-sering-digunakan-untuk-belanja-online/>
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building Measuring, and Managing Brand Equity* (4 ed.). Pearson Education.
- Konuk, F. A. (2018). The role of store image, perceived quality, trust and perceived value in predicting consumers' purchase intentions towards organic private label food. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 43, 304–310. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.04.011>
- Kotler. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhanllindo.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (13 ed.). Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. (12 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, & Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1* (Kedua Belas). Jakarta: PT. Indeks.
- Kurniawati, D., & Wahyuningsih Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Nusantara, S. (2022). *Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Di Kota Semarang* (Vol. 01).

- Nugroho, J. S. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Opiida. (2014, April 18). *Pengertian E-Marketplace*. TokoKhalista:
<https://tokokhalista.wordpress.com/2014/04/18/pengertian-emarketplace/>
- Poon, W. (2007). *Users' adoption of e-banking services: the Malaysian perspective*. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 23(1), 59–69.
<https://doi.org/10.1108/08858620810841498>
- Rizkinaswara, L. (2020, Mei 8). *UMKM Online Jadi Solusi Bertahan Saat Pandemi Covid 19*. Diambil kembali dari Kominfo:
<https://aptika.kominfo.go.id/2020/05/umkm-online-jadi-solusi-bertahan-saat-pandemi-covid-19/>
- Rithmaya, C. L. (2016). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Bca Dalam Menggunakan Ininternet Banking. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 16(1), 160. <https://doi.org/10.17970/jrem.16.160110.ID>
- Sangadji, E. M., & Sopiiah. (2013). *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (1 ed.). Yogyakarta: Andi.
- Sanusi, A. (2011). *Metode Penelilian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Cara Mudah Menyusun: Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sujarweni, W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Supiyandi, A., Hastjarjo, S., & Slamet, Y. (2022). Influence of Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, and Brand Loyalty of Shopee on Consumers' Purchasing Decisions. *CommIT (Communication and*

Information Technology) Journal, 16(1), 9–18.

<https://doi.org/10.21512/commit.v16i1.75834>

Survei Populix: Shopee Live, Platform Live Streaming Paling Sering Digunakan untuk Belanja Online. (2023, Juni 10). Diambil kembali dari indopos.co.id: <https://www.indopos.co.id/ekonomi/2023/06/10/survei-populix-shopee-live-platform-live-streaming-paling-sering-digunakan-untuk-belanja-online/>

Syuzairi, M., Akhirman, & Prasetyo, Z. (2022). Pengaruh Celebrity Endorsement, Fitur Layanan, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Traveloka Di Tanjungpinang. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(8), 1–13.

Tjiptono, F. (2006). *Pemasaran Jasa* (1 ed.). Malang: Bayumedia Publishing.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4 ed.). Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono Fandy. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.

Wibowo, S. F., Sasmita, I., & Murti, K. A. (2013). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Bekas (Survey Pada Konsumen Melaju Raya Rizky Motor di Wilayah Bekasi Timur)*.

Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2. <https://doi.org/10.2307/1251446>

Zeithaml, A. V., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2013). *Service Marketing: Sixth Edition*. New York: McGraw Hill.