

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asnawi, Nur., & Masyhuri. 2011. *Metode Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN-MALIKI PRESS.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 21*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrianto, Nur., & Bambang Supono. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Jakarta: BPFE.
- Kotler, & Amstrong. 2010. *Priciples of Marketing*. United States of America: Pearson.
- Kotler, P., & Keler, K. L. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nugroho, B. A. 2005. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Priyanto, D. 2016. *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Siregar, Syifa. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta: Kencana Media Group.
- Sosanto, Singgih. 2010. *Statistik Multivariat: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. 2005. *Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, Danang. 2011. *Metode Penelitian untuk Ekonomi*. Yogyakarta: Caps.

_____. 2012. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Prilaku Konsumen*. Yogyakarta: Caps.

Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

Wells, B., & Manarty. (2008). *Promotion Mix*. Jakarta: Widyatama.

B. Penelitian Terdahulu

Nurmadina. 2016. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus pada Konsumen Fashion Online di Kota Makassar)*. Skripsi.

Saputri, R. 2016. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Pashmina Ima Scarf (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin)*. Institutional Digital Repostory Perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin.

Syah, N. H. 2017. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Online Shop di Kota Medan*. Skripsi.

Wardoyo, W., & Andini, I. 2017. *Faktor-faktor yang Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Mahasiswa Universitas Gunadarma*. Jurnal Manajemen Dayasaing.

C. Jurnal/Skripsi

Fitri, I. 2016. *Analisis Promosi Penjualan Online, Harga, Kepercayaan, dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Ceker Brontak (Studi Pada Ceker Brontak Kota Bandar Lampung)*. Skripsi.

Pudjiharjo, M. C., & Wijaya, H. 2015. *Analisa Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, dan Tampilan Produk terhadap Keputusan Pembelian Melalui Pemasaran di Media Sosial (Studi Pada Pengguna Media Sosial di Shapeharve)*. Skripsi.

Roykhanah, S. 2018. *Pengaruh Tagline Shopee terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya*. Skripsi.

Tanca, J. T., & Lestari, S. B. 2018. *Pengaruh Terpaan Iklan Shopee di Televisi dan Interaksi Reference Group terhadap Minat Bertransaksi Secara Online*. Skripsi.

Widyanita, F. A. 2018. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan E-Commerce Shopee terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia pada Mahasiswa FE UII Pengguna Shopee*. Skripsi.

D. Internet

Rony. 2015, Juni 13. Zypedia.blogspot. Dipetik September 11, 2018, dari ZYPEDIA://zypedia.blogspot/2015/06/e-commerce-dalam-perspektif-fiqh-bisnis.html?m=1.

Thidi. 2018, November 2. *Prestasi Shopee Situs Marketplace yang Mampu Bersaing dalam Waktu Singkat*. Dipetik Agustus 16, 2019, dari Thidi Design: <https://thidiweb.com/sejarah-shopee/amp>.