

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Rifan dan Hernawan, 2020, viral Cewek Beli iPhone 11 di Marketplace, Paket Dibuka Isinya Cuma Case, <https://www.suara.com/news/2020/11/15/140548/viral-cewek-beli-iphone-11-di-marketplace-paket-dibuka-isinya-cuma-case?page=all> , diakses tanggal 2 Maret 2021.
- Andini, Natasya Putri, 2014, Pengaruh Viral Marketing terhadap Kepercayaan Pelanggan dan Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013 yang Melakukan Pembelian Online melalui Media Sosial Instagram), *Skripsi*, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, Malang.
- Farhan, Farida, 2020, Terungkap Kasus Penipuan Toko Online, iPhone 8 Dijual Rp 3 Juta, <https://regional.kompas.com/read/2020/11/25/11413941/terungkap-kasus-penipuan-toko-online-iphone-8-dijual-rp-3-juta?page=all> , diakses tanggal 2 Maret 2021.
- Ferdinand, Augusty, 2014, *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Edisi Kelima, BP Undip, Semarang.
- Gefen, D., Elena Karahanna, and Detmar W. Straub. 2003. Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model. *MIS Quarterly*. Vol. 27 No.1,hal 51-90, : <https://www.semanticscholar.org/paper/Trust-and-TAM-in-Online-Shopping%3A-An-Integrated-Gefen-Karahanna/1bd27a9c5434699f6cab538f0bbb414246f09b0e> .
- Ghozali, Imam, 2018, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, Edisi 9, BP Undip, Semarang.
- Hermawan, M. Farid, 2019, Antara Shopee, Bukalapak, dan Tokopedia : Saya Pilih Shopee!, <https://mojok.co/terminal/antara-shopee-bukalapak-dan-tokopedia-saya-pilih-shopee/> , diakses tanggal 2 Maret 2021.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo, 2009, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi & Manajemen*, Cet. Ketiga, Edisi Pertama, BPF, Yogyakarta.
- Iprice Group, 2020, Peta E-Commerce Indonesia, <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>, diakses tanggal 25 Februari 2021.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2008, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Keduabelas, Jilid 1, diterjemahkan oleh Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin L.K., 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas, Jilid 1, diterjemahkan oleh Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin L.K., 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas, Jilid 2, diterjemahkan oleh Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Marhaini, Fajar Nur Ayu, 2020, Pengaruh Kualitas Informasi dan Risiko Teramati Terhadap Kepercayaan Serta Dampaknya pada Keputusan pembelian Online

- (Studi pada Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Semarang), *Skripsi*, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Stikubank Semarang, Semarang.
- Mowen, John C. dan Michael Minor, 2002, *Perilaku Konsumen*, Edisi Kelima, Jilid 2, diterjemahkan oleh Dwi Kartini Yahya, Erlangga, Jakarta.
- Munandar dan Chadafi, 2016, Pengaruh Harga, Celebrity Endorser, Kepercayaan, dan Psikologi terhadap Keputusan Pembelian Online Shop di Media Sosial Instagram, *Jurnal Visioner & Strategis*, Vol. 5, No. 2, hal 3, : <http://repository.unimal.ac.id/1866/1/Munandar%20%26%20Chadafi.pdf> .
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson, 2014, *Consumer Behavior & Marketing Strategy*, Edisi Kesembilan, Buku 2, diterjemahkan oleh Diah Tantri Dwiandani, Salemba Empat, Jakarta.
- Purbaningtyas, Adelina Dwi dan Endang Tjahjaningsih, 2020, Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee, *Skripsi*, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Stikubank (Unisbank), Semarang.
- Putri, Yuwandha Anggia dan Sri Rahayu Tri Astuti, 2010, Analisis Pengaruh Experiental Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel “X” Semarang, *Jurnal Ilmiah Aset*, Vol. 12 No. 2, hal 196, : <https://journal.widyamanggala.ac.id/index.php/jurnalaset/article/view/67> .
- Putro, Dwi Wahyu S, 2019, Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Sepeda Motor Yamaha Nmax di Kabupaten Kendal), *Skripsi*, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Stikubank (Unisbank), Semarang.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah, 2013, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, C.V Andi Offset, Yogyakarta.
- Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Sumarwan, Ujang, 2015, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Cetakan Ketiga, Edisi Kedua, Ghalia Indonesia, Bogor.
- Supriadi, Cecep, 2018, Perang Harga eCommerce, Shopee dan Tokopedia Dianggap Paling Bersaing, <https://marketing.co.id/perang-harga-ecommerce-shopee-dan-tokopedia-bersaing/> , diakses tanggal 2 Maret 2021.