

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, S. (2016). " faktor - Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli pada Produk Fashion Melalui Belanja Online".
- Alma, B. (2011). *"Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa"*. Bandung: Alfabeta.
- Andrew, G. B., Silvya, L. M., M., C., O., & Mintardjo. (2016). " Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Motivasi terhadap Minat Beli Secara Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Manado". *TEMA Vol 4 Edisi 1, Maret 2016 Hal 395 - 406*.
- Aptaguna M., P. E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. *Widyakala Volume 3 Maret 2016 ISSN : 2337-7313*, 49-56.
- Ariama, C. (2018). Pengaruh Iklan dan Word Of Mouth Terhadap Minat Belanja Online Dengan Aplikasi Lazada. *eJurnal Administrasi Bisnis*, 2018, 6 (2) : 487-497.
- Asra, A., & Prasetyo, A. (2015). *Pengambilan Sampel Dalam Penelitian Survei*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Burgin, B. (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenamedia Group.
- Cristhoper Lovelock, J. W. (2011). *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi*. Jakarta: Erlangga.
- Fatimah, D. S. (28 Februari 2017). *Kemudahan Belanja Bersama Shopee: Belanja Via Ponsel, Bayar di Indomaret*. PressRelease.id.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang.
- Ghozali, I. (2016). *"Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23"*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Goenawan, M. A. (Rabu, 17 Jan 2018). *Tiga Strategi Lazada Menangkan Persaingan e-Commerce 2018*. detikInet.
- Halim. (02 Juli 2018). *Kecewa dengan Flash Sale Shopee*. detiknews.
- Hartono, J. (2016). *Metodelogi Peelitian Bisnis*. Yogyakarta.
- Hendradi, T. (2012). *"Step By Step SPSS 20 Analisis Data Statistik"*. Jogjakarta: CV. Andi Offset.
- Implementasi, e.-c. T. (2016). *Adi Sulisty Nugroho*. Yogyakarta.
- Indah Nuril Laili, R. A. (2018). PENGARUH WORD OF MOUTH, PENGALAMAN BELANJA ONLINE, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP MINATBELANJA KONSUMEN DI SITUS JUAL BELI ONLINE LAZADA. *E-Jurnal Risaet Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang*, 22-33.

- Intan, N. (Selasa, 05 Mar 2019). *Transaksi E-Commerce Capai Rp 140 Triliun per Tahun*. REPUBLIKA.CO.ID.
- Iswanto, D. (19 Januari 2019). *Belanja Online Banyak Aduan, Shopee Mengaku Sudah Siapkan Sistem Perlindungan Konsumen*. akurat.co.
- Jhon C. Mowen, .. M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Indonesia: PT. Penerbit Erlangga.
- Jogiyanto, H. (2007). *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah Dan Pengalaman-Pengalaman*. Yogyakarta: BPFE.
- Jotopurnomo, S., Laurensia, S., & Samuel, & H. (2015). Pengaruh Harga, Brand Image, dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Reservasi Hotel Secara Online.
- Julianto, P. A. (19 Januari 2018). *Toko Online Paling Banyak Diadukan Konsumen ke YLKI, Ini Daftarnya*. KOMPAS.com.
- Kanuk, S. d. (n.d.). *Perilaku Konsumen*.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P. (2005). *"Manajemen Pemasaran, Edisi Kesebelas, Jilid 1"*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *"Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1"*. Indonesia: PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *"Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1"*. Indonesia: PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Indonesia: Erlangga.
- Lovelock, C. H., & Wright, L. K. (2005). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Indonesia: PT. macan Jaya Cemerlang.
- Mahardini, I., & Woyanti, N. (2012). "Analisis Pengaruh Harga, Pendapatan, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Permintaan Rumah Sederhana, Studi Kasus Perumahan Puri Dinar Mas Semarang". *Diponegoro Journal Of Economic. Volume 1, Nomor 1, Tahun 2012*, 1.
- Marikxon. (n.d.). *5 Strategi Pemasaran Online Lazada Yang Sebenarnya Bisa Anda Tiru*. Maxmanroe.com.
- Nistanto, R. K. (04 April 2019). *Penetrasi Internet Indonesia Naik Jadi 56 Persen*. Kompas.com.
- Nugroho, A. S. (2016). *E-Commerce Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: EKUIIBRIA.
- Nurmalia, V. D., & Wijayanti, L. E. (2018). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI KEMANFAATAN TERHADAP MINAT BELI SECARA ONLINE. *JRMB, Volume 13, No. 1, Juni 2018*.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2010). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Prihandono, C., Arrywibowo, I., & Awaliyah, A. (n.d.). "Analisis Pengaruh Harga, Lokasi, Bangunan Dan Lingkungan Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Rumah".
- Putera, A. (Selasa, 10 Maret 2015). *Nikmati Kemudahan Belanja Online Lazada Indonesia*. teropongku.com.

- Riduwan, & Anas, R. (2011). *"Cara Mudah Belajar SPSS 17.0 Dan Aplikasi Statistik Penelitian"*. Bandung: Alfabeta. CV.
- Sangadji, E. M., & Sopiha. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Sari, I. D., Nobelson, & c., R. S. (2017). "Pengaruh Harga (Price), Kenyamanan Konsumen (Customer Convenience) dan Kepercayaan (Trust) Terhadap Minat Beli di Lazada.Co.Id". *Vol. 1, No. 2, September 2017, Hal 73 - 78*.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). *"SPSS vs LISREL, Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Riset"*. Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman, & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Sekar, U. (22 juli 2018). *Jadi E-commerce Terpopuler, Ini 5 Strategi Shopee yang Bisa Ditiru*. moneysmart.
- Sekaran, U. (2006). *"Research Methods For Business"*. Jakarta: Salemba Empat. Yogyakarta: ANDI.
- Simanjuntak, Y. F. (2012). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN USAHA KECIL MENENGAH KABUPATEN TANGERANG. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEWIRAUSAHAAN, VOL.14, NO. 2, SEPTEMBER 2012: 164-172*.
- Smeait, A. (-). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI PADA PRODUK FASHION MELALUI BELANJA ONLINE. *Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 1-13*.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta.
- Sugiyono. (2008). *"Metode Penelitian Bisnis, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D, Cetakan Ke Dua Belas"*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung.
- Sukirno, S. (2013). *"Pengantar Teori Mikroekonomi"*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Supendi, D. (09 Februari 2016). *Shopee & JNE Bikin Inovasi Dongkrak Pengembangan UKM*. Harapan Rakyat Online.
- Supranto, J. (2012). *"Metode Riset Aplikasinya Dalam Pemasaran"*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tania, I. C. (13 Desember 2018). *Pengembalian Dana Shopee yang sangat Lambat*. mediakonsumen.
- Theresia, D. E., & Ir. Tjahjono Dtjatmiko, M. (2017). PENGARUH WORD OF MOUTH COMMUNICATION TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN E-COMMERCE (Studi Kasus Konsumen ECommerce Dryshirt).
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran* (ke dua ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2008). *"Strategi Pemasaran, Edisi III"*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Jasa*. Sleman: Bayumedia Publishing.
- Triyono, W., Iranita, & Saridewi, M. (2018). Pengaruh Kemudahan, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Media Sosial Instagram Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi UMRAH.
- Triyuli, A. (09 Mei 2018). *Shopee-P&G Luncurkan Inovasi Baru Super Brand Day*. industrycoid.

- Ulya, F. N. (29 Mei 2019). *Transaksi Shopee Melonjak 300 Persen Saat Ramadhan, Ini Sebabnya*. kompas.com.
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, & U. (2015). pengaruh persepsi manfaat , persepsi kemudahan, fitur layanan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan e-money card . *jurnal riset manajemen sains indonesia (JRMSI) Vol. 6, No. 1, 2015*.
- Widyasari, S., & Ffilia, E. T. (2009). "Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah, Studi Pada Perumahan Graha Estetika Semarang". *TEMA Vol 6 Edisi 2, 2 September 2009 Hal 159-169*.
- Wijayanto, B. K. (15 Januari 2019). *Sistem Shopee Tidak Ramah Konsumen*.
Media Konsumen.
www.google.com