

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, M. (2021). Kasus Pelayanan Shopee “Kecewa dengan Pelayanan Shopee” Diambil dari website: <https://www.google.co.id/amp/s/mediakonsumen.com/2021/05/16/surat-pembaca/kecewa-dengan-pelayanan-shopee/amp>
- Amilia, S., & Amara, O. M. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Anggreini, D. U. (2021) Kasus Penurunan Kunjungan Bulanan Shopee. Diambil dari bisnika.hops.id, website: <https://bisnika.hops.id/seller-shopee-mulai-pindah-lapak-simak-alasannya/>
- Arnanto, H. (2017). Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(9), 1–14.
- Ahmad, M., M Tumbel, T., & A F Kalangi, J. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 25–31.
- Akbar, R., Erlangga, H., Oktarini, R., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa Universitas Pamulang. *Jurnal Pemasaran, Keuangan, Dan Sumber Daya Manusia*, 1(1), 94-100.
- Amilia, S., & Asmara, O.M. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(1), 660-669.
- Andika, A., & Susanti, F. (2018). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Parfum Di Azzwars Parfum Lubeg Padang. *Jurnal STIE* 1–13.
- Appji.co.id (2020). Laporan Survei Internet APJII 2019 - 2020 (Q2). Diambil dari appji.co.id, website: <https://apjii.or.id/survei>.
- Aries, M., & Sunarti, S. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Makeup Artist yang Membeli dan Menggunakan Produk Kryolan di Kabupaten Bojonegoro). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 60(3), 36–44.
- Astutik, Y. (2021). Persaingan Panas, Awal 2021 Tokopedia Kalahkan Shopee. Diambil dari cnbcindonesia.com, website: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210225181934-37-226221/persaingan-panas-awal-2021-tokopedia-kalahkan-shopee>

- Bernarto, I., Berlianto, M. P., Palupi, Y. F. C., Masman, R. R., & Suryawan, I. N. (2020). The Influence of Brand Awareness, Brand Image, and Brand Trust on Brand Loyalty. *Jurnal Manajemen*, 24(03), 412–426.
- Bestari, N. P. (2021). Kurang Laku, Apple iPhone Mini Segera Tinggal Kenangan. Diambil dari [cnbcindonesia.com](https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210903162939-37-273532/kurang-laku-apple-iphone-mini-segera-tinggal-kenangan), website: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210903162939-37-273532/kurang-laku-apple-iphone-mini-segera-tinggal-kenangan>
- Burhan, F. A. (2021). Penjualan Anjlok 30%, Pemegang Lisensi Nokia Untung Berkat Gawai Lawas. Diambil dari [databoks.katadata.co.id](https://katadata.co.id/desyetyowati/digital/60bf0d877dd06/penjualan-anjlok-30-pemegang-lisensi-nokia-untung-berkat-gawai-lawas), website: <https://katadata.co.id/desyetyowati/digital/60bf0d877dd06/penjualan-anjlok-30-pemegang-lisensi-nokia-untung-berkat-gawai-lawas>
- Brata, B., Shilvana, H., & Hapzi, A. (2017). The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi at PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(5), 584–590.
- Chen, S. J., & Chang, T. Z. (2003). A descriptive model of online shopping process: Some empirical results. *International Journal of Service Industry Management*, 556–569.
- Chomeya, R. (2010). Quality of Psychology Test Between Likert Scale 5 and 6 Points. *Journal of Social Sciences*, 6(3), 399–403.
- Damanik, M. J. (2021). Kurir Shopee Express Mogok, Warganet Soroti Tagar ShopeeTindasKurir. Diambil dari [idntimes.com](https://www.idntimes.com/news/indonesia/amp/margith-juita-damanik/kurir-shopee-express-mogok-warganet-soroti-tagar-shopeetindaskurir), website: <https://www.idntimes.com/news/indonesia/amp/margith-juita-damanik/kurir-shopee-express-mogok-warganet-soroti-tagar-shopeetindaskurir>
- Dam, S. M., & Dam, T. C. (2021). Relationships between Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 585–593.
- Dam, T. C. (2020). The Effect of Brand Image, Brand Love on Brand Commitment and Positive Word-of-Mouth. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(11), 449–457.
- Drane, A. H., (2015). The Effect of Word of Mouth on Sales Concentration. *International Journal of Research in Marketing*, 32(2), 207–218.
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda.” *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 10(1), 1.

- Febriani, R., & Khairusy, M. A. (2020). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser/Brand Ambassador, Harga Dan Desain Produk Yang Dimediasi Oleh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Shop Shopee. *Jurnal Pendidikan, Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 91–109.
- Fitriani, F. F. (2021). Kasus Penurunan Citra Merek Shopee. Diambil dari Bisnis.com, website: <https://m.bisnis.com/amp/read/20210203/15/1351843/viral-netizen-ajak-uninstall-shopee-minta-maaf-soal-video-promosi>
- Haikal, D. M., & Suliyanto. (2018). The Effect of Consumer Ethnocentrism, Brand Image, and Perceived Quality, on Purchase Decisions with Purchase Intention as Intervening Variable (Study of Eiger Consumers in Tasikmalaya). *Journal of Accounting Management and Economics*, 20(2), 42–45.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2018). *Multivariate Data Analysis*.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Persaingan Terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 4(3), 415–424.
- Hidayati, T. A., Suharyono, & Fanani, D. (2013). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1), 1–116.
- Hasyim, M., Fauzi, A., & Fanani, D. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Word of Mouth dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 43(1), 148–156.
- Ifur, A., & Budhi, S. (2009). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(12), 15.
- Indah, D. P. (2021). Kasus Shopee dan Masalah Usang Efisiensi. Diambil dari news.detik.com, website: <https://news.detik.com/kolom/d-5539182/kasus-shopee-dan-masalah-usang-efisiensi>
- Iqbal, M. (2021). Bukan Shopee, Ini Juara Marketplace RI di Kuartal I/2021. Diambil dari cnbcindonesia.com, website: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210421232912-37-239796/bukan-shopee-ini-juara-marketplace-ri-di-kuartal-i-2021>
- Istiqomah, Hidayat, Z., & Jariah, A. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Iklan dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian di situs Shopee di Kota Lumajang. *Jurnal Progress Conference*, 2, 557–563.

- Jacob, A. A., Lopian, J., & Mandagie, Y. (2018). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato Chips Pada Mahasiswa Feb Unsrat. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 988–997.
- Jabarpov. (2019). 16.4 juta Pengguna Medsos Asal Jawa Barat. Diambil dari jabarprov.go.id, website: <https://jabarprov.go.id/index.php/news/32777/2019/04/24/164-juta-Pengguna-Medsos-Asal-Jawa-Barat>
- Jatmiko, L. D. (2021). Pengguna Internet Tumbuh Melesat, Bisnis Pusat Data Ketiban Berkah. Diambil dari bisnis.com, website: <https://teknologi.bisnis.com/read/20210906/101/1438739/pengguna-internet-tumbuh-melesat-bisnis-pusat-data-ketiban-berkah>
- Jayani, D. H. (2019). Tokopedia, E-Commerce dengan Nilai Transaksi Terbesar. Diambil dari databoks.katadata.co.id, website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/15/2014-2023-nilai-transaksi-tokopedia-terbesar-dibandingkan-e-commerce-lainnya>
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekabaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*, Vol. 4(1), 71–85
- Juniantoko, A. D., & Supriono. (2017). Pengaruh Word of Mouth terhadap Minat Beli serta dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 53(2), 11–18.
- Kim, H., & Song, J. (2010). The Quality of Word-of-Mouth in the Online Shopping Mall. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 4(4), 376–390.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing 17th Global Edition*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th, Global Edition*. Pearson Education Limited.
- Kurniawan, A., Dewi, R., & Ngatno. (2021) Pengaruh E-Service Quality dan Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Marketplace Tokopedia. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 10(I), 762–771.
- Laudon, C. K., & Traver. (2017). *E-Commerce 2014 13th Edition*. Pearson Education Limited.

- Laura, T. Y. (2016). the Influence of Brand Image, Service Quality and Perceived Price on Consumer Purchase Intention (Case Study: Pt. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (Jne) Manado). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4), 696–708.
- Lay, R. G. (2019). Harga, Kualitas Produk Dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Produk U-Tech. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 4(4), 530-537.
- Lubis, R. K. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Tour Di Pt Dior Travel Lubuk Pakam. *Jurnal Mantik Penusa*, 1(1), 59–64.
- Lubke, G. H., & Muthén, B. O. (2004). Applying Multigroup Confirmatory Factor Models for Continuous Outcomes to Likert Scale Data Complicates Meaningful Group Comparisons. *Structural equation modeling*, 11(4), 514-534.
- Made, M. G., Rodhiyah R., & Widiartanto W. (2015). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Harian Suara Merdeka. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. 4(2), 462–473.
- Mahanani, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mataharimall.Com. *Kraith-Humaniora*, 2(2), 53–61.
- Maharrani, A. (2021). Ponsel Masih Terkonsentrasi di Kota Besar. Diambil dari lokadata.id, website: <https://lokadata.id/artikel/ponsel-masih-terkonsentrasi-di-kota-besar>
- Malhotra, N., Nunan, D., & Birks, D. (2017). *Marketing Research*. Harlow: Pearson Prentice Hall.
- Malunsenge, S., Tamengkel, L. F., & Punuindoong, A. Y. (2017). Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Astra International Daihatsu. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 5(6), 103–111.
- Marlius, D. (2017). Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis Dan Bauran Pemasaran Pada Pt. Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal Pundi*, 1(1), 149–200.
- Matondang, Z. (2009). Validitas Dan Reliabilitas Suatu Instrumen Penelitian. *Jurnal Tabularasa PPS UNIMED*, 6(1), 87–97.
- Mokoagow, G. L., Kalangi, J. A., & Tamengkel, L. F. (2018). Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Konsumen Untuk. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1), 9–14.
- Morissan. (2012). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Nugroho, A. W. (2013). Analisis Pengaruh Efektivitas Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matik Yamaha di Semarang. *Jurnal DINUS*, 15. <http://dinus.ac.id/>
- Nuprilianti, N. P., & Khuzaini. (2016). Pengaruh Personal Selling, Brand Image, Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Mobil. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(1), 1–18.
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Yogyakarta. *JBMA*, 4(2) 60–69.
- Patrick, P. (2021). Shopee Sampaikan Permintaan Maaf Terkait Iklan. Diambil dari medcom.id, website: <https://m.medcom.id/amp/4baYJR0b-shopee-sampaikan-permintaan-maaf-terkait-iklan-kurang-ajar>
- Pradana, D. A., & Handrito, R. P. (2013). Pengaruh Iklan, Persepsi Harga, Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android Sony Xperia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 2(2).
- Pramana, E. (2020). Peringkat Internet di Pulau Jawa Paling Ngebut Milik Kota Bekasi. Diambil dari jawapos.com, website: <https://www.jawapos.com/oto-dan-teknologi/04/06/2020/peringkat-internet-di-pulau-jawa-paling-ngebut-milik-kota-bekasi/>
- Pratama, A. M (2021). Pengguna Internet Indonesia Hingga Kuartal II 2020 Capai 196,7 Juta Orang. Diambil dari money.kompas.com, website: <https://money.kompas.com/read/2020/11/09/213534626/pengguna-internet-indonesia-hingga-kuartal-ii-2020-capai-1967-juta-orang>
- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Business and Economics*, 1(1), 1–10.
- Priyatno, D. (2010). *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian Dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendarasan*. Yogyakarta: Gava Media.
- Powa, G. A., Lopian, J., & Wenas, R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Handphone Pada Mahasiswa Feb Unsrat. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1188–1197.
- Purnama, P., Anggraini, R., Hartono, A., Irwansyah, & Ernungtyas, N. F. (2019). Terpaan Iklan Digital, Word of Mouth dan Komunikasi Pemasaran Interaktif pada Keputusan Pembelian Produk Perawatan Tubuh. *KOMUNIDA: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 9(2), 192–209.

- Puspita, R. C., & Suryoko, S. (2017). Pengaruh Iklan, Harga, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon (Studi Pada Mahasiswa S1 Universitas Diponegoro). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(3), 418–425.
- Putri, G. P., Welsa, H., & Diansepti, B. M. (2021). Pengaruh Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Pembelian Di Shopee. *Jurnal Manajemen, Ekonomi, Keuangan Dan Akuntansi*, 2(1), 28–32.
- Rachmawati, D., Shukri, S., Ferdou, A. S. M., & Khatibi, A. (2019). Factors Influencing Customer's Purchase Decision of Residential Property in Selangor, Malaysia. *Management Science Letters*, 9(9), 1341–1348.
- Ramli, Y. (2020). Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Kinerja Bisnis Industri Pupuk Organik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 211–222.
- Rasyid, R. A., Moniharapon, S., Trang, I., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (2018). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Sosial Media, Kualitas Layanan Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada Pt. Sinar Galesong Mandiri Malalayang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3933–3942.
- Ristanti, A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 1026–1037.
- Riyadi, H (2019). Apa itu Shopee dan Keunggulan Apa Saja yang Dimiliki oleh Shopee. Diambil dari nesabamedia.com, website: <https://www.nesabamedia.com/apa-itu-shopee/>
- Rizki, A. G., Hidayat, K., & Devita, L. D. R. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Indonesia (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015 / 2016 dan 2016 / 2017 yang Membeli Barang Secara Online di E-Commerce). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 72(2), 49–56.
- Rizky, M. F., Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT Nailah Adi Kurnia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 14(2), 135–143.
- Robustin, T. P., & Fauziah, A. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Masyarakat Di Kota Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1) 94–101.

- Saidani, B., & Ramadhan, D. R. (2013). Pengaruh Iklan dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Seri Galaxy. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 4(1), 53–73.
- Santoso, I. (2016). Peran Kualitas Produk dan Layanan, Harga dan Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 15(1), 94–109.
- Sari, F. P., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Harga Citra Merek dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(6), 1–15.
- Schiffman & Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Sernovitz, A. (2009). *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking*. New York: Kaplan Publishing.
- Setiawan, B., & Rabuani, C. C. (2019). Pengaruh Iklan dan Endorser terhadap Brand Awareness Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Riset: Jurnal Aplikasi Ekonomi, Akuntansi dan Bisnis*, 1(1), 1–15.
- Setyani, A. D., & Prabowo, R. E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Adidas (Studi di Toko Original Sportcenter cabang Medoho Semarang). *Proceeding Sendiu*, 42–53.
- Setyowati, M. (2021). Kasus Penghapusan Produk Shopee “Shopee Tidak Lagi Ramah Bagi Seller” Diambil dari website: <https://mediakonsumen.com/2021/09/22/surat-pembaca/shopee-tidak-lagi-ramah-bagi-seller>
- Shopee. (2021). Tentang Shopee. Diambil dari careers.shopee.co.id, website: <https://careers.shopee.co.id/about/>
- Simamora, B. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Soebandhi, S., & Andriansyah, Y. (2017). In-Game Advertising: Analyzing the Effects of Brand Congruity, Integration, and Prominence towards IGA Attitude and Purchase Intention. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 16(3), 258–270.
- Solihin, D., Ahyani, & Setiawan, R. (2021). The Influence of Brand Image and Atmosphere Store on Purchase Decision for Samsung Brand Smartphone with Buying Intervention as Intervening Variables (Study on Samsung Experience Store Karawaci Customers). *International Journal of Social Science and Business*, 5(2), 262–270.

- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli dan Testimoni terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1), 21–34.
- Subianto, T. (2007). Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3(1), 165–182.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhari, Y. (2008). Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, 13(2), 140–146.
- Supangkat, A. H. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga terhadap Keputusan Pembelian Tas di Intako. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(9), 1–19.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta. *Manajemen Pemasaran*, 9(21), 113–123.
- Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 51(1), 44–48.
- Vilda, G. W., Hufron, M., & Hatneny, A. I. (2020). Pengaruh Word of Mouth, Daya Tarik Wisata, dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung. *Jurnal Riset Manajemen*, 184–202.
- Wahyuni, S., & Pardamean, J. (2016). Pengaruh Iklan, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Di Institute Perbanas. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 1–18.
- Wibowo, S. F., & Karimah, M. P. (2012). Pengaruh Iklan Televisi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux (Survei Pada Pengunjung Mega Bekasi Hypermall). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 3(1), 1–15.
- Windusara, D. N., & Kusuma, A. (2015). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Oppo Smartphone. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(12), 243-300.

- Yanti, M. M., & Budiatmo, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Gelael Ciputra Mall Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(4), 582–589.
- Yanwardhana, E. (2021). Upah Turun Berujung Kurir Shopee Mogok, Ini Dampaknya. Diambil dari [cnbcindonesia.com](https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210413125454-37-237469/upah-turun-berujung-kurir-shopee-mogok-ini-dampaknya), website: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210413125454-37-237469/upah-turun-berujung-kurir-shopee-mogok-ini-dampaknya>
- Yunita, A., & Haryanto, J. O. (2012). Pengaruh Word of Mouth, Iklan Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Loyalitas Konsumen. *Journal of Technology Management*, 11(1), 75–95.
- Zhafira, A. N (2021). Riset: E-Commerce Terus Berpotensi Tumbuh di Indonesia. Diambil dari [antaranews.com](https://www.antaraneews.com/berita/1996632/riset-e-commerce-terus-berpotensi-tumbuh-di-indonesia), website: <https://www.antaraneews.com/berita/1996632/riset-e-commerce-terus-berpotensi-tumbuh-di-indonesia>