

## DAFTAR PUSTAKA

### JURNAL

- Antonia, M., & Alexander. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Harga , dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Marketplace Blibli ( Studi Kasus Pada Pelanggan di Kota Tangerang ). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 1–10. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros>
- Anwar, Resa Nurlaela., et al. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Scarlett di E-Commerce Shopee. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(5), 1370–1379.
- Ariella, I. rizquallah. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 215–221.
- Bakti, U., Hairudin, & Alie, M. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 101–118. <https://doi.org/https://doi.org/10.37721/je.v22i1.633>
- Christina, M., Iranita, I., et al. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Untuk Mahasiswa Program Studi Manajemen 2017 Universitas Maritim Raja Ali Haji Tanjungpinang. *Student Online Journal (SOJ) UMRAH-Ekonomi*, 1(2), 573–583.
- Damayanti, R. S. (2019). Pengaruh online customer review and rating, e-service quality dan price terhadap minat beli pada online marketplace shopee (Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Magelang). *Prosiding 2nd Business and Economics Conference In Utilizing of Modern*, 684–693.
- Devi Anugrah Heni et al. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Transaksi, dan Promosi terhadap keputusan pembelian online pengguna shopee. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 18(2), 146–150.
- Dian, S., & Prajanti, W. (2019). Predicted Purchasing Decisions from Lifestyle , Product Quality and Price Through Purchase Motivation. *Journal of Economic Education*, 8(1), 1–11.

<https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec>

- Dwijantoro, R. et al. (2021). Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee. *JRMB*, 16(2).
- Edwin Japariato et al. (2020). *Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee*. 14(1), 35–43. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35>
- Efendi, Abdul Rahman., et al. (2022). Pengaruh kualitas produk, harga, dan gaya hidup terhadap minat beli konsumen. *JIGABI*, 11(1), 105–112.
- Erpurini, W., & Janah, W. S. (2022). *Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap Konsumen E-commerce ( Studi Kasus : Pembelian Produk Shopee . co . id pada Karyawan Borma Toserba Bandung )*. 6(2), 244–248. <https://doi.org/https://doi.org/10.35870/emt.v6i2.621>
- Farisi, S. Al, Saroh, S., & Hardati, R. N. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Lazada. *JIGABI*, 9(2), 377–385.
- Fikhri, D. N., Fauzi, R. U. A., & Purwanto, H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel iNtervening (Studi Empiris Pada Usaha Kerajinan Ukir Bonggol Jati Di Kecamatan Saradan). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA)*, 4.
- Firmansyah. (2021). Influence of product quality , price , and promotion on purchase decision of Philips Products. *Jurnal Ekonomi LLDikti Wilayah 1 (JUKET)*, 1(1), 26–36. <https://doi.org/12.45677/juket.v1i1.xxx>
- Gazzola, P., Colombo, G., Pezzetti, R., & Nicolescu, L. (2017). Consumer empowerment in the digital economy: Availing sustainable purchasing decisions. *Sustainability (Switzerland)*, 9(5), 1–19. <https://doi.org/10.3390/su9050693>
- Gunarsih, C. M., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72.

- Gunawan, Wely Hadi., et al. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan dan Promosi Terhadap Minat Beli Pada Situs E-Commerce Blibli (Survei Pada Pengguna Situs E-ommece Blibli di Kabupaten Kuningan). *Indonesian Journal of Strategic Management*, 4(1).
- Hartawan, E., Liu, D., Handoko, M. R., Evan, G., Widjojo, H., & Mulya, U. P. (2021). *Pengaruh Iklan Di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada E-Commerce*. 8(1), 217–228.
- Hasan, M. I. (2002). *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Ghalia Indonesia.
- Hilmawan, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Vario di Kota Semarang). *Jurnal Elektronik*, 3(3), 154–166. <http://ojs.jurnalrekaman.com/index.php/rekaman/article/view/21>
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (1st ed.). Unitomo Press.
- Ismail, D. H., Damiyana, D., & Farida, K. (2022). Analisis Pengaruh Kualits Produk, Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Melalui Aplikasi Tiket Online. *Buana Ilmu*, 6(2), 130–144. <https://doi.org/https://doi.org/10.36805/bi.v6i2.2346>
- Kasanti, N., Wijaya, A., Ekonomi, F., & Indonesia, U. P. (2019). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Safety Merek Proguard pada PT AIM Safety Indonesia*. 04(January), 43–51.
- Limanto, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen HSWGRAIL.ID. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 6(1), 57–66.
- Luthfiana, N. A., & Hadi, S. P. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan dan E-service Quality Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Pembeli di Marketplace Shopee). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 37–42. <https://doi.org/10.14710/jab.v8i1.23767>
- Maharani, S. (2019). Ekonomi Digital: Peluang dan Tantangan Masa Depan Terhadap Ekonomi Syariah Di Indonesia. *Conference on Islamic Studies*

(CoIS),1–11.<http://lppm-unissula.com/jurnal.unissula.ac.id/index.php/cois/article/download/7981/3634>

- Mahira et al. (2021). *Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan indihome*. 2(1), 1267–1283.
- Mantauv, C. S. (2016). Kualitas Produk Sebagai Variabel Intervening Antara Pengaruh Life Style Terhadap Minat Beli Mobil Agya Di Pasaman Barat. *E-Journal Apresiasi Ekonomi*, 4(1), 15–22. <https://doi.org/https://doi.org/10.31846/jae.v4i1.144>
- Manurung, Reyfaldi Nurhidayah., et al. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Dalam Berbelanja Online Shopee. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 2(1), 106–118.
- Muhajirin, K. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat beli Konsumen dalam berbelanja Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE BIMA). *Jurnal AKRAB JUARA*, 3(3), 113–122.
- Neti, & Magdalena, L. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produksi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Pabrik Roti Dua Cakra. *Fokus*, 19(1), 77–85.
- Novitasari, N., & Sari, M. A. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen Online Di Marketplace. *Ekonomi & Bisnis*, 18(2), 97–108.
- Nyoman, N., Antari, W., & Wulandari, R. (2019). Tranformation of Local Economic Behavirour in Global. *Institute Technology and Business Stikom Bali*, 1(2), 169–178.
- Powa, G. A., Lopian, J. S. L. H. V., & Wenas, R. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Handphone Pada Mahasiswa FEB UNSRAT. *Jurnal EMBA*, 6(3), 1188–1197.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Putri, D. A. U., & Muhajiri. (2020). Pengaruh Sales Promotion Girl Smartphoner Vivo Terhadap Minat Beli Konsumen di Kota Bima. *Journal of Business and*

*Economics Research (JBE)*, 1(2), 110–114.

Rahayu, T., & Sunarto. (2022). Uji Kompetensi siswa: Kompetensi guru produktif, prestasi prakerin dan intensitas les apakah memberikan kontribusi? *Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, 10(2), 141–148.

Rahmawati. (2018). Pengaruh Harga Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(4), 143–150.

Rismaya, Tia., et al. (2021). Analisis Mengenai Pengaruh Promosi, Kepercayaan, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce Ditinjau Dari Sudut Pandang Syariah (Studi Pada Pengguna Shopee). *Sahid Business Journal*, 1(1), 49–60.

Saifudin., et al. (2020). *Pengaruh Persepsi Harga dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Secara Online saat Pandemi Covid-19 Pada Masyarakat Millenial di Jawa Tengah*. 6(01), 1–13.

Salsyabila, Shafira Ramadhanti., et al. (2021). *Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat beli pada marketplace shopee The effect of promotion and service quality on buying interest on the marketplace shopee*. 13(1), 37–46.

Santoso, R., & Munawi., et al. (2020). Analisa Perilaku Konsumen: Strategi Memenangkan Persaingan Bisnis Di Era Ekonomi Digital. *G-Tech Jurnal Teknologi*, 2(3), 286–293.

Sari, P. D. R., Manggabarani, A. S., & Husniati, R. (2020). Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Secara Online di Jakarta (Studi Pada Situs Belanja Online Zalora). *Prosding Biema, Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 1, 727–738.

Sari, R. D. S., Suryoko, S., & Dewi, R. S. (2013). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pakuwon Asri Resident Kaliwungu, Kendal. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2, 1–9.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jiab.2013.2518>

Sayekti, N. W. (2020). Tantangan perkembangan ekonomi digital di indonesia.

- Info singkat. *Info Singkat*, 10(5), 19–24.
- Setiawan, A. B. (2018). Revolusi Bisnis Berbasis Platform Sebagai Penggerak Ekonomi Digital Di Indonesia. *Masyarakat Telematika Dan Informasi: Jurnal Penelitian Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 9(1), 61. <https://doi.org/10.17933/mti.v9i1.118>
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran* (UB Press (ed.); 1st ed.). Universitas Brawijaya Press (UB Press) Penerbitan Elektronik Pertama dan Terbesar di Indonesia.
- Siantur, P. (2017). Peran Ekonomi Digital. *Jurnal Inspiras*, 8(2), 51–55.
- Siregar, S. afarisi and Q. R. (2020). *Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan Salman Farisi Qahfi Romula Siregar*. 3(1), 148–159.
- Siti Lam'ah Nasution., et al. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commece Shopee. *Jurnal ECOBISMA*, 7(1), 43–53.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51. <https://doi.org/https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>
- Suhatman., et al. (2020). Pengaruh Atribut Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Kota Pariaman di Toko Online Shopee. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 1(2), 26–41.
- Sumarjiyanto, N., Maria, B., & Widayati, T. (2020). Dampak Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Perilaku Pengguna Media Sosial dalam Melakukan Transaksi Ekonomi The Impact of Digital Economic Development on Social Media Users' Behavior in Conducting Economic Transactions. *JKBM (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 234–239. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v6i2.3801>
- Supartono. (2022). Pengaruh Harga, Kemudahan Bertransaksi. Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Online di E-Commece Shopee Pada Masa Pandemi

Covid-19. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(2).

Susilawati Sumaa et al. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli di E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas SAM Ratulangi Manado)*. 9(4), 304–313.

Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M., & Munawaroh, M. (2019). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia. *Jurnal Al-Qardh*, 4(1), 60–75. <https://doi.org/10.23971/jaq.v4i1.1442>

Ujianto, & Abdurrachman. (2004). Analisis Faktor-Faktor yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung (Studi Perilaku Konsumen Sarung di Jawa Timur). *Jurnal Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi*, 6(1), 34–54. <https://doi.org/http://puslit.petra.ac.id/journals/management>

Utami, R. P., Saputra, H., Ekonomi, A. F., Medan, U. N., Ekonomi, F., & Medan, U. N. (2017). *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli sayuran organik di pasar sambas medan 1*). 6(2), 44–53.

Wibisono, E. S. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD.Rizky Barokah Di BalongBendo*. 1–87.

Wulandari. (2012). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Pesaing dan Inovasi terhadap Kinerja Pemasaran. *Journal UNNES Semarang*.

Yu, X. (2020). *Market Behavior of Knowledge Consumption and the Development Strategy in the Era of Digital Economy*. 150(Icoeme), 117–121. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200908.020>

## BUKU

Amstrong, G., & Philip, K. (2012). *Dasar-dasar Pemasaran* (S. Alexander & B. Molan (eds.); 1st ed.). Prenhalindo.

Alsa, A. (2003). *Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif serta Kombinasinya dalam Penelitian Psikologis* (1st ed.). Pustaka Pelajar.

Anwar, S. (2014). *Metedologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.

Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.

- Basrah, Hendryandi. 2014. "Metode Pengumpulan Data." *Terionline Personal Papper 1*. Jakarta: CV Permata.
- Basu, S. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Charty, & Perrefault. (2003). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Agus Dharma (ed.)). Erlangga.
- Daga, R. (2017). Citra , Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan (H. Upu (ed.); 1st ed.). Global Research And Consulting Intitute (Global-RCI).
- Dharmesta, B. s., & Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.
- Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS Edisi 9* (A. Tejokusumo (ed.)). Universitas Diponegoro.
- Gudono. (2011). *Analisis Data Multivariat* (Edisi 1). BPFPE.
- Hasan, M. I. (2002). Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya. Ghalia Indonesia.
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (1st ed.). Unitomo Press.
- Kotler. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (1st ed.). Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran* (Benyamin Molan (ed.)). PT. Prenhallindo.
- Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (A. Maulana, D. Barnadi, & wibi Hardani (eds.); 12th ed.). Penerbit Erlangga.
- Saladin, D. (1991). *Unsur-Unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Mandar Maju.
- Sarjono, H., & Julianitas, W. (2013). *SPSS VS LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Selemba Empat.
- Sarjono, & Julianti. (2011). *SPSS vs LISREL; Sebuah Pengantar Aplikasi untuk Riset*. Penerbit Salemba empat.



Shinta, A. (2011). Manajemen Pemasaran (UB Press (ed.); 1st ed.). Universitas Brawijaya Press (UB Press) Penerbitan Elektronik Pertama dan Terbesar di Indonesia.

Sugiyono. (2011). Metode Penelitian KUantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

Sugiyono.(2013). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

Sugiyono.(2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

Sugiyono.(2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. PT. Alfabeta.

Sujarweni, V. W. (2012). SPSS untuk Paramedis. Gava Media.

### **SKRIPSI**

Aeni, Hi. N. (2021). Pengaruh harga, promosi dan penilaian produk terhadap keputusan pembelian pada Marketplace Shopee (Studi Kasus) Mahasiswa IAIN Purwokerto. Skripsi, 1–77.

Anjani, F. (2021). Pengaruh Harga dan Rating Terhadap Minat Beli pada Marketplace Shopee di Jambi. Skripsi, 91–92.

Wibisono, E. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD.Rizky Barokah Di BalongBendo. Skripsi 1–87.

### **Website**

(Sumber: <https://www.gramedia.com/literasi/pendiri-shopee/> diakses pada tanggal 13 januari 2023 pukul 13.59)

(Sumber: <https://info.syekhnurjati.ac.id/profil/sejarah/> diakses pada tanggal 16 januari 2023 pukul 16.21)

(Sumber: <https://info.syekhnurjati.ac.id/profil/visi-dan-misi/> diakses pada tanggal 16 januari 2023 pukul 16.30)

(Sumber: <https://ugj.ac.id/post/index?id=82-profil> diakses pada tanggal 24 januari 2023 pukul 15.25)

(Sumber: [https://ugj.ac.id/post/index?id=97-visi,\\_misi,\\_dan\\_tujuan](https://ugj.ac.id/post/index?id=97-visi,_misi,_dan_tujuan) diakses pada tanggal 24 januari 2023 pukul 15:43)

(Sumber: <https://akupintar.id/universitas/-/kampus/detail-kampus/universitas-17-agustus-1945-%28untag%29-cirebon/profil> diakses pada tanggal 24 januari 2023 pukul 16.00).

(Sumber: <https://www.universitas123.com/news/universitas-untag-cirebon-kampus-unggulan-di-cirebon> diakses pada tanggal 24 januari 2023 pukul 16.09)

