**DAFTAR PUSTAKA**

Alfan, Achman Choiri (2019), *Karakteristik dan Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Produk Melalui E-Commerce,* Jurnal Balance, Vol. 16, No. 1.

Ardyanto, Denni, Heru Susilo, Riyadi (2015), *Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei pada Konsumen www.petersaysdenim.com)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 22, No. 1.

Barnes, James G. (2001), *Secrets of Customer Relationship Management : It’s All About How You Make Them Feel*, United States of America: McGraw-Hill.

Baruno, Agustiawan Djoko, Arisca Handri Puji Susanto (2018), *Pengaruh Merek dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Smartphone Samsung (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Dr. Soetomo Surabaya)*, Jurnal Ilmu Manajemen STIE Widya Gama Lumajang, Vol. 2, No. 1.

Bilondatu, Machrani Rinandha (2013), *Motivasi, Persepsi, dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Sepeda Motor Yamaha di Minahasa*, Jurnal EMBA, Vol. 1, No. 3, Hal. 710-720.

Cooper, Donald R., Pamela S. Schindler (2014), *Business Research Methods*, Edisi 12, New York: McGraw Hill.

Dewi, Ria Yunita, Yulianeu, Andi Tri Haryono, Edward Gagah (2017), *Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online dengan Minat Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Situs Jual Beli Bukalapak.com)*, Journal of Management 3.

Dharmmesta, Basu Swastha (2016), *Manajemen Pemasaran*, Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.

Ferdinand, A. (2014), *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam (2018), Aplikasi *Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, Semarang: Universitas Diponegoro.

Hair Jr, Joseph F., William J. Black, Barry C. Babin, Rolph E. Anderson (2014), *Multivariate Data Analysis*, Edisi 7, USA: Pearson Education.

Harahap, Dedy Ansari, Dita Amanah (2018), *Perilaku Belanja Online di Indonesia: Studi Kasus*, Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI), Vol. 9, No. 2.

Haryeni, Yofina Mulyati, Eka Febrianz Laoli (2017), *Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Nasabah dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Nasabah pada Tabungan Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Khatib Sulaiman*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas, Vol. 19, No. 2.

Jeko 2015, *Shopee, Aplikasi Belanja Online C2C Meluncur di Indonesia*, diakses pada 10 April 2019, Liputan6, https://www.liputan6.com/tekno/read/2379136/shopee-aplikasi-belanja-*online*-c2c-meluncur-di-indonesia.

Katadata 2016, Transaksi E-Commerce Indonesia Naik 500% dalam 5 Tahun, diakses pada 12 Februari 2019, https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/11/16/transaksi-e-commerce-indonesia-naik-500-dalam-5-tahun.

Katrin, Intan Lina, H.P Diyah Setyorini, Masharyono (2016), *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Javana Bistro Bandung*, Jurnal Gastronomy Tourism, Vol. 3, No. 1.

Kotler, Philip, Gary Armstrong (2014), *Principles of Marketing*, Edisi 15, USA: Pearson Education.

Kotler, Philip, Kevin Lane Keller (2016), *Marketing Management*, Edisi 15e, Malaysia: Pearson Education.

Kusuma, Aditya Tirta, Dergibson Siagian (2017), *Peningkatan Keputusan Pembelian Berdasarkan Daya Tarik Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek (Studi Empirik 2017 Smartphone Xiaomi),* Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 7, No. 1.

Laudon, Kenneth C., Guercio Traver Carol (2017), *E-Commerce 2016*, Edisi 12, USA: Pearson

Lestari, Ayu 2016, Pengaruh Harga Terhadap Penjualan, diakses pada 3 Mei 2019, Kompas, https://www.kompasiana.com/ayulestari212/57fa18efbc9373a61a041175/pengaruh-harga-terhadap-penjualan.

Lingga, Murti Ali 2018, Festival Belanja *Online* 12.12, Shopee Targetkan Lebihi 11.11, diakses pada 22 Februari 2019, Kompas, https://lifestyle.kompas.com/read/2018/11/28/190800726/festival-belanja-*online*-12.12-shopee-targetkan-lebihi-11.11.

Lupiyoadi, Rambat (2016), *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, Jagakarsa: Penerbit Salemba Empat.

Nisak, Cholifatun (2016), *Pengaruh Harga Keragamman Model Produk, Kualitas Informasi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online pada Toko Tas Online Sabilla Store*, Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis.

Nurcahyo, Bagus (2016), *Memahami Riset Konsumen*, Edisi 1, Yogyakarta: Deepublish.

Oroh, Cindy Regina, David P. E. Saerang, Farlane S. Rumokoy (2015), *The Influence of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Trust on Repurchase Intention of Lion Air E-Ticket*, Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, Vol. 15, No. 5.

Prabowo, Hartiwi, Darman, Enny Noegraheni (2014), *Analisis Kepercayaan Dalam C2C E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Repurchase pada Kaskus*, Jurnal Binus Business Review, Vol. 5, No. 1, Hal. 301-314.

Pratama, Donny 2018, Tembus 43 Juta Pengguna, Ini Pencapaian Shopee Selama 2 Tahun di Indonesia, diakses pada 10 April 2019, Selular.ID, https://selular.id/2018/05/tembus-43-juta-pengguna-ini-pencapaian-shopee-selama-2-tahun-di-indonesia.

Pratidina, Nissa Gin Ajeng, Harry Soesanto (2018), *Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, Daya Tarik Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tisu Tessa Melalui Citra Merek (Studi Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro*, Diponegoro Journal of Management, Vol. 7, No. 3, Hal. 1-11.

Putra, A.A. Ngr Bagus Maha, A.A.G. Agung Artha Kusuma (2015), *Pengaruh Kecanduan Internet, Daya Tarik Promosi, dan Kepemilikan Kartu Kredit Terhadap Perilaku Keputusan Pembelian Impulsif Online,* E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana.

Rahmadi, Heksawan, Deni Malik (2016), *Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce pada Tokopedia.com di Jakarta Pusat*, Jurnal Ilmiah Untuk Mewujudkan Masyarakat Madani, Vol. 3, No. 1.

Runtunuwu, Johanes Gerardo, Sem Oroh, Rita Taroreh (2014), *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Café dan Resto Cabana Manado*, Jurnal EMBA, Vol. 2, No. 3, Hal. 1803-1813

Sekaran, Uma, Roger Bougie (2017), *Metode Penelitian Untuk Bisnis*, Edisi 6, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat.

Sekaran, Uma, Roger Bougie (2017), *Metode Penelitian Untuk Bisnis*, Edisi 6, Buku 2, Jakarta: Salemba Empat.

Shopee, diakses pada 10 April 2019, https://careers.shopee.co.id/about/

Simamora, Bilson 2019, Mengutip Logo atau Gambar dari Sebuah Situs, diakses pada 25 Mei 2019, https://www.bilsonsimamora.com/blog/2019/01/08/mengutip-logo-dari-halaman-depan-sebuah-situs/.

Sudaryono (2016), *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, Yogyakarta: Andi.

Sunyoto, Danang (2015), Dasar*-Dasar Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).

Susilo, Wahyu Tri, Maya Ariyanti, Sumrahadi (2017), *Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan dan Harga Terhadap Minat Beli E-Toll Card Bank Mandiri*, Jurnal *e-Proceeding of Management*, Vol. 4, No. 11, Hal. 25.

Tjiptono, Fandy (2014), *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Yogyakarta: Andi.

Wikipedia, diakses pada 10 April 2019, https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee

Yusra, Yenny 2018, Mengungkap Layanan E-Commerce Terpopuler di Indonesia, diakses pada 12 Februari 2019, Daily Social, https://dailysocial.id/post/mengungkap-layanan-e-commerce-terpopuler-di-indonesia