



DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Aaker, David A. (1996), *Managing Brand Equity Capitalizing on The Value of A Brand Name*, New York: The Free Press.
- Cooper, Donald R., Pamela S Schindler (2017), *Metode Penelitian Bisnis*, Buku 1, Edisi 12, Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Dr. Yoyo Sudaryo, S.E., M.M., M.Kom., Ak., CA., ACPA. , Dr. Nunung Ayu Sofiati (Efi), S.Pd., M.M. , Mohamad Arfiman Yosep, S.E., M.Kom., Budi Nurdiansyah, ST.IN., S.E., M.H., *Digital Marketing dan Fintech di Indonesia*. Yogyakarta : Penerbit ANDI (Anggota IKAPI).
- Ghozali, Imam (2016), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 23, Edisi 8, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Phillip, Hermawan Kartajaya, & Iwan Setiawan (2019), *Marketing 4.0 Bergerak dari tradisional ke digital*. Diterjemahkan oleh: Ilyas, Fairano. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2018. *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Martin, Mike, Opara, Eddie, and John Cantwell (2018), *The Ministry of Branding: A Biblical Approach to Brand. Building*. Chicago : NavPress Publishing Group
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie (2017a), *Metode Penelitian untuk Bisnis*, Buku 1, Edisi 6, Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie (2017b), *Metode Penelitian untuk Bisnis*, Buku 2, Edisi 6, Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Sugiyono (2017), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Jurnal :

- Agus Purnomo Sidi, Dosen STIE Asia Malang 2017, 'Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan *Digital Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Kedai Hj. S. Jl Kesumba Kota Malang)' *Jurnal JIBEKA* Volume 12, No 1, 201: 1 – 8, diakses 10 Januari 2021, <https://jurnal.stie.asia.ac.id/index.php/jibeka/article/view/3>
- Budi Setiawan, Celia Celesta Rabuani 2019, 'Pengaruh Iklan dan Endorser terhadap Brand Awareness serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian' *Jurnal Aplikasi Ekonomi, Akuntansi dan Bisnis* Vol. 1 No. 1, Maret 2019, Hal 001 – 0015, diakses 1 Februari 2021, <https://ejournal.ibik.ac.id/index.php/riset/article/view/2>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Cindy Chandra, Keni 2019, 'Pengaruh *Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality*, dan *Brand Loyalty* Terhadap *Customer Purchase Decision*' Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis Vol. 3, No. 1, April 2019 : hlm 176-185, diakses 7 Januari 2021, https://www.researchgate.net/publication/336093271_PENGARUH_BRAND_AWARENESS_BRAND_ASSOCIATION_PERCEIVED_QUALITY_DAN_BRAND_LOYALTY_TERHADAP_CUSTOMER_PURCHASE_DECISION

Khafidatul Ilmiyah, Indra Krishernawan 2020, 'Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee Di Mojokerto' Maker: Jurnal Manajemen, Volume 6 – Nomor 1, Juni 2020, (Hlm 31-42), diakses 5 November 2021, <http://www.maker.ac.id/index.php/maker>

Purwana, Dedi. Rahmi dan Sandi Aditya. (2017). "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit", Vol. 1 nomor 1. Universitas Negeri Jakarta.

Raihan Fakhri Anggana, Idris 2017, 'Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar XL Di Kalangan Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro)' Diponegoro Journal Of Management, Volume 6, Nomor 1, Tahun 2017, Halaman 1-10, diakses 28 Oktober 2021, <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/17565>

Skripsi :

Lenggang Kurnia Intan Devi, (2019) Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Surabaya), Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Website :

<https://data.tempo.co/data/907/top-10-e-commerce-di-indonesia-kuartal-i-2020>

<https://www.liputan6.com/tekno/read/2379136/shopee-aplikasi-belanja-online-c2c-meluncur-di-indonesia>

<https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee>

<https://www.nesabamedia.com/apa-itu-shopee/>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.