



DAFTAR PUSTAKA

- Aisy, R. R. (2021). *PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN BRAND LOYALTY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN @SCARLETT_WHITENING DI INSTAGRAM* [Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang]. <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/29891>
- Anrullah, Siburian, P. S., & Zainurossalamia, S. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA. *Ekonomi Dan Manajemen*, 13, 99. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA/article/view/826>
- Anggreini, D. U. (2021). *Shopee ekspansi layanan pesan-antar makanan, saingi Grab dan Gojek*. Bisnika.Com. <https://bisnika.hops.id/startup/pr-3072146496/shopee-ekspansi-layanan-pesanantar-makanan-saingi-grab-dan-gojek>
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2016). *Digital Marketing Strategy, Implementation, and Practice* (Sixth). Pearson Education Limited. <https://id1lib.org/book/3598184/065157>
- Cindy, A. (2021). *Traditional vs Digital Marketing, Mana yang Lebih Baik?* <https://www.exabytes.co.id/blog/traditional-marketing-vs-digital-marketing/#Pengertian-Traditional-Marketing>
- Commata. (2016). *Tips Membuat Iklan Menarik Agar Dilirik Konsumen*. <http://commata.co.id/tips-membuat-iklan-menarik-agar-dilirik-konsumen/>
- Cooper, D. R., & Schlinder, P. S. (2017). *Business Research Methods* (C. Kouvelis (ed.); Twelfth). McGraw-Hill Irwin. <https://id1lib.org/book/3570438/108053>
- Disperkimta, A. (2018). *Perkembangan Teknologi Informasi*. <https://disperkimta.bulelengkab.go.id/informasi/detail/artikel/perkembangan-teknologi-informasi-78>
- Ernanda, D. (2017). PENGARUH STORE ATMOSPHERE, HEDONIC MOTIVE DAN SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6, 8. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/338>
- Fadhil, F. H., & Wardhana, A. (2019). *PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI DI KOTA BANDUNG*. 6, 3994. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/9441>
- Frost, J. (2019). *Regression Analysis An Intuitive Guide for Using and Interpreting Linear Models*. <https://id1lib.org/book/5584440/06e834>
- Ghozali, I. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit - Undip.
- Haromian, I. (2016). PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI AHASS Z618. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 15, 4. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/701/711>

© Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Penulisan 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.



- Ismawati, R. (2021). *Sejarah & Profil Perusahaan Shopee: Kapan Berdiri, CEO, Alamat Kantor*. <https://triniisparwati.com/profil-perusahaan-shopee/>
- Jayani, D. H. (2021). *Indonesia Pasar Terbesar Layanan Pesan-Antar Makanan Daring di Asia Tenggara*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/01/22/indonesia-pasar-terbesar-layanan-pesan-antar-makanan-daring-di-asia-tenggara>
- Junaedi, N. L. (2021). *Shopee Food segera ekspansi ke Indonesia*. <https://www.ekrut.com/media/shopee-food-segera-ekspansi-ke-indonesia>
- Kartika, L. N., & Rino, M. M. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PEMASARAN DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BIOSKOP CINEMA XXI (Studi Pada Mahasiswa di D.I Yogyakarta). *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(1), 31. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.161.370>
- Khoziyah, S., & Lubis, E. E. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Followers Online Shop Instagram @KPopConnection. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 39–50.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). Principles of Marketing, Global Edition, 16th Edition. In *Invasive Bladder Cancer*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Severo Ochoa, winner of the Nobel Prize for physiology and medicine. His life and work. In *Boletin cultural e informativo - Consejo General de Colegios Medicos de España* (Vol. 22).
- Kusnandar, V. B. (2021). *Penetrasi Internet Indonesia Urutan ke-15 di Asia pada 2021*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/12/penetrasi-internet-indonesia-urutan-ke-15-di-asia-pada-2021>
- Mardhiyyah, K., & Fadilla, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Tokopedia. *Management*, 4(1), 346. <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/yume/article/view/1224>
- Marlius, D., & Ananda, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Website Akademik Terhadap Minat Kuliah di AKBP Padang. *Pundi*, 03, 194. <https://ojs.akbpstie.ac.id/index.php/jurnal-pundi/article/download/190/95>
- Pratiwi, N., & Azka, B. P. (2020). Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Bibit Tanaman pada Kawasan Lubuk Minturun Kota Padang. *Ekosbistek*, 9(2), 80. <https://jman-upiypk.org/ojs/index.php/ekobistek/article/download/74/74>
- Rhan, A. R. M. (2020). *5 Manfaat Internet*. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/skola/read/2020/10/08/224859069/5-manfaat-internet?page=all>
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p07>
- Saputro, W. A., & Laura, N. (2020). PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIMODERASI OLEH CITRA PERUSAHAAN. *Management*, 8, 1.

Copyright © 2021, 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.



<http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/MMJ/article/view/4396>

Sindunata, I., & Wahyudi, B. A. (2018). *PENGARUH e-WOM (ELECTRONIC-WORD-OF-MOUTH) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI agoda.com*. 130.

<http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/6409>

Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Mandiri*, 4, 43.

<http://jurnalmandiri.com/index.php/mandiri/article/view/99>

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

<https://id1lib.org/book/5686376/9d6534>

TRIANDEWO, M. A., & YUSTINE, Y. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Pada Loyalitas Konsumen. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 22(1), 13–24. <https://doi.org/10.34208/jba.v22i1.743>

Wahyuni, S., & Pardamean, J. (2016). Pengaruh Iklan, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Di Institute Perbanas. *Studi Manajemen*, 1, 13. <https://eco-entrepreneur.trunojoyo.ac.id/jsmb/article/view/2565>

Wijoyo, H., Cahyono, Y., Ariyanto, A., & Wongso, F. (2020). *Digital Economy dan Pemasaran Era New Normal* (T. A. Marlin (ed.)). Insan Cendekia Mandiri.

<https://id1lib.org/book/17566334/8fad43>

Wolf, H. N. (2021). *Number of internet users in Indonesia from 2017 to 2020 with forecasts until 2026*. Statista.Com.

<https://www.statista.com/statistics/254456/number-of-internet-users-in-indonesia/>