



Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA

Ahdiat, Adi. 2023. 5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal 1 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023>. (Diakses tanggal 19 Oktober 2023, pukul 12:23)

Amin, A. M., dan Yanti, R. F. 2021. Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Gaya Hidup, Country Of Origin dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic. *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*. 2 (1): 1-14

Amin, A. M., dan yanti, R. F. 2021. Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Gaya Hidup, Country Of Origin dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic. *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*. 2 (1): 1-14

Arda, M., dan Andriany, D. 2019. Analisis Faktor Stimuli Pemasaran dalam Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Generasi Z. *Jurnal INTEKNA: Informasi Teknik Dan Niaga*, 19 (2): 115-120

Arif, Muhammad. (2021). "Pengaruh social media marketing, Electronic Word Of Mouth (EWOM) dan lifestyle terhadap keputusan pembelian online." *Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial dan Humaniora*. 1 (1): 111-122

Bahfar, Gaguk. 2023. Fitur-Fitur Terbaik yang Dimiliki Oleh Shopee. <https://exrush.com/fitur-fitur-terbaik-yang-dimiliki-oleh-shopee/>. (Diakses tanggal 21 Oktober 2023, pukul 14:01)

Berliana, M., dan Zulestiana, D. A. (2020). Pengaruh E-Service Quality terhadap Customer Satisfaction dan Loyalty pada Pengguna Gopay di Indonesia. *REMIK: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*. 4 (2): 223-229

Emeralda., Wulandari, J., dan Adistya, D. 2020. Analisis e-trust, e-WOM dan e-service quality dalam keputusan pembelian online. *Jurnal Perspektif Bisnis*. 3 (2): 63-75

Engkus. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien di Puskesmas Cibitung Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Governansi*. 5 (2): P99- 109

Ferdinand, Augusty. 2016. *Metode Penelitian Manajemen*. Universitas Diponegoro, Semarang



Gani, I., dan Amalia, S. 2018. Alat dan Analisis Data: Aplikasi Statistik Untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial. Andi Offset, Yogyakarta

Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* Edisi 9. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang

Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A., dan Tamengkel, L. F. 2021. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*. 2 (1): 69-72

Hana, K. F. (2019). Minat Beli Online Generasi Milenial: Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan. *Bisnis: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*. 7 (2): 206

Hasiluan, A. N., dan Rambe, D. 2020. Perilaku Konsumen dalam Belanja Online melalui Perspektif Gender. *Ejournal Mediastima, Progran Studi Manajemen*. 26 (1): 84-116

Hidayani, Y., dan Suyanto, AMA. 2023. Pengaruh Harga dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian pada Layanan Netflix. *E-Proceeding of Management*. 10 (2): 872

Inayati, T., Efendi, M. J., dan Dewi, A. S. 2022. Pengaruh Digital Marketing, Electronic Word of Mouth, dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan*. 1 (3): 202-209

Irfani. 2023. Riset: Masyarakat Indonesia Makin Suka Belanja Online. [https://www.jagatreview.com/2023/08/masyarakat-indonesia-makin-suka-belanja-online/#:~:text=Tercatat%20bahwa%2082%25%20masyarakat%20Indonesia,khusus%2C%20dan%20kemudahan%20perbandingan%20harga](https://www.jagatreview.com/2023/08/masyarakat-indonesia-makin-suka-belanja-online/#:~:text=Tercatat%20bahwa%2082%25%20masyarakat%20Indonesia,khusus%2C%20dan%20kemudahan%20perbandingan%20harga.). (Diakses tanggal 20 Desember 2023, pukul 11:25)

Islamiati, S. A. N., Darpito, S. H., dan Utomo, H. 2023. Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Masker Sensi Duckbill. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*. 11 (1): 41-52

Ismagilova, E., Dwivedi, Y. K., Slade, E., dan Williams, M. D. 2017. *Electronic Word of Mouth (EWOM) in the Marketing Context (A State of the Art Analysis and Future Directions)*. Springer Briefs in Business. P20-21

Ismail, I., dan Khuzaini, K. 2023. Pengaruh Harga, E-trust, E-Service Quality dan E-Word of Mouth Terhadap Keputusan Pemebelian di Aplikasi Shoppe (Studi Kasus pada Mahasiswa Stiesia Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*. 12 (1)



Jamila, P., dan Siregar, S. 2022. The Influence of Brand Image and Lifestyle on Purchase Decisions. *Almana : Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 6 (1): 9-19

Kumbara, V. B. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*. 2 (5): 604-630

Kurniawan, R., dan Susanti, F. 2019. Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepatu Merek Fladeo Di Basko Grand Mall Padang. 1-11

Kusnanto, D., Oktaviany, R. A., dan Rahma, R. 2020. Pengaruh Trust Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Singaperbangsa Karawang. *Jurnal Ecoment Global*. 5 (1): 40-47

Luthfi, A. S., Suryoko, S., dan Nugraha, H. S. 2022. Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace Lazada (Studi pada Konsumen Lazada di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. 11 (4): 793-799

Luthfiani, Nadia. 2019. Shopee Pimpin Persaingan E-Commerce 2018, Kalahkan Tokopedia & Lazada. <https://www.viva.co.id/digital/digilife/1108942-shopee-pimpin-persaingan-e-commerce-2018-kalahkan-tokopedia-amp-lazada>. (Diakses tanggal 21 Oktober 2023, pukul 14:13)

Luthfiyatillah, L., Millatina, A. N., Mujahidah, S. H., dan Herianingrum, S. 2020. Efektifitas Media Instagram dan E-WOM (electronic word of mouth) terhadap Minat Beli serta Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian IPTEKS*. 5 (1): 101-115

Mahdiyan, A., dan Hermani, A. 2019. Pengaruh Lifestyle dan in Store Promotion terhadap Impulse Buying (Studi pada Konsumen Matahari Departement Store Java Mall Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. 8 (3): 115-125

Mita, M., Pranatasari, F. D., dan Kristia, K. 2021. Analisis Pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan, dan Ulasan Konsumen Daring Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*. 4 (4): 548-557

Mongisidi, S. J., Sepang, J., dan Soepeno, D. 2019. Pengaruh Lifestyle Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Manado Town Square). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*. 7 (3).

Mongol, P., Purba, B., Tulim, A., Tarigan, P. S., dan Pratiwi, E. A. 2023. Pengaruh Kemudahan Penggunaan E-Commerce, Harga dan Gaya Hidup Terhadap

Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*. 9 (3): 749-755

Mubarok, Ilham. 2022. Apa Itu Marketplace? Pahami Bedanya dengan Toko Online! <https://www.niagahoster.co.id/blog/marketplace-adalah/>. (Diakses tanggal 19 Oktober 2023, pukul 12:39)

Muis, M. R., Gultom, D. K., Jufrizen, J., dan Azhar, M. E. 2020. Model Elektronik Word of Mouth: Citra Destinasi, Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*. 21 (1): 1-19

Mustajab, Ridhwan. 2023. Pengguna E-Commerce RI Diproyeksi Capai 196,47 Juta pada 2023. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-ecommerce-ri-diproyeksi-capai-19647-juta-pada-2023>. (Diakses tanggal 20 Oktober 2023, pukul 00:44)

Nurmanah, I., dan Nugroho, E. S. 2021. Pengaruh Kepercayaan (Trust) Dan Kualitas Pelayanan Online (E-Service Quality) Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Bukalapak. *At-Tadbir: jurnal ilmiah manajemen*. 5 (1): 11-21

Pudjastiningtyas, D. 2019. Analisis Pengaruh Hedonic Shopping Value, Shopping Lifestyle, dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Online di Marketplace. *Journal Speed - Sentra Penelitian Engineering Dan Edukasi*. 11 (2): 1-8.

Prilano, K., Sudarso, A., dan Fajrillah, F. 2020. Pengaruh harga, keamanan dan promosi terhadap keputusan pembelian toko online lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*. 1 (1): 1-10

Putri, F. A. P., dan Patrikha, F. D. 2021. Pengaruh E-Service Quality Dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik di Aplikasi Soco. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*. 4 (2): 449-460

Putri, N. A. R., dan Iriani, S. S. 2019. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui E-Commerce Shopee. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*. 8 (2): 69-77

Putri, R. A. A., dan Rismawati, R. 2022. Pengaruh Harga, Kualitas produk, dan E-WOM terhadap Purchase Decision Shopee pada Generasi Z. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*. 11 (7): 1-16

Radhinda, P. A. 2020. Penerapan Proses Employer Branding pada Perusahaan E-Commerce (Studi Kasus pada Shopee Indonesia). *Journal of Southeast Asian Communication*. 185-204



Rahman, Husna. 2022. Yuk Kenali 6 Fitur Shopee Terbaik ini. Bikin Jualan Jadi Maksimal!. <https://www.komunitasmea.web.id/fitur-fitur-shopee/>. (Diakses tanggal 21 Oktober 2023, pukul 13:50)

Ramadan, F., Muchtar, M., dan Hafid, H. 2021. Pengaruh Online Customer Review dan E-Service Quality terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace. In *FORUM EKONOMI*. Vol. 23, No. 3. 405-412

Riskita, Amelia. 2022. 22 Marketplace di Indonesia yang Paling Banyak Dikunjungi. <https://store.sirclo.com/blog/marketplace-di-indonesia/>. (Diakses tanggal 21 Oktober 2023, pukul 15:01)

Saputri, D. A., dan Setyawati, H. A. (2020). Analisis pengaruh beauty vlogger sebagai reference group, lifestyle dan brand image terhadap keputusan pembelian lipstick pixy. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2 (5): 788-801

Sari, N., Saputra, M., dan Husein, J. 2017. Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap keputusan pembelian Pada Toko Online Bukalapak.com. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya*. 3 (01): 96-106

Sari, R. Y., dan Elsandra, Y. 2022. Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kemudahan, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Online di Market Place. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*. 1 (1): 106-117

Sari, V. E. 2019. Pengaruh E-Wom, Lifestyle, Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Ticket Online Booking pada Situs Traveloka. Com Di Ponorogo (Studi Kasus Pembelian Tiket Pesawat Dan Kereta Api). *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*. 7 (4): 474-487

Sholeh, A. N., dan Budiyanto, A. 2020. Preferensi (Komunikasi Pemasaran dan E-Service Quality) Mahasiswa Manajemen Universitas Pamulang Terhadap Pemilihan Situs Belanja Online. *Jurnal Madani : Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Humaniora*. 3 (2): 304-318

Silaen, S. 2018. *Penelitian Sosial untuk Penelitian Skripsi dan Tesis*. In Media, Bogor.

Sindunata, I., dan Wahyudi, B. A. 2018. PENGARUH E-WOM (*ELECTRONIC-WORD-OF-MOUTH*) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI AGODA.COM. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*. 6 (1): 128-138

Siregar, L. Y., dan Nasution, M. I. P. 2020. Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Peningkatan Bisnis Online. *HIRARKI: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*. 2 (1): 71-75.



Subagiyo, S., Rahman, A., dan Aprilliani, A. 2023. Brand Ambassador, Minat Beli pada Shopee. *Jurnal Lentera Bisnis*. 12 (1): 56-68

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit CV Alfabeta, Bandung

Widyastuti, P. 2018. Kualitas dan Harga sebagai Variabel Terpenting pada Keputusan Pembelian Sayuran Organik. *Ekspektra: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*. 2 (1): 17-28

Widada, I. G. N. S., Pratami, N. W. C. A., Muryatini, N. N., dan Yasa, I. G. D. 2022. Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM), Persepsi Risiko, Kepercayaan Pelanggan, Dan Keputusan Pembelian E-Commerce Tokopedia. *E-Jurnal Manajemen*. 11 (1): 190-209

Yulianingsih, A., dan Oktafani, F. 2020. Pengaruh Brand Image dan E-Service Quality terhadap Proses Keputusan Pembelian pada Tiket.com. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*. 4 (2): 60-72

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/07/tren-pengunjung-e-commerce-semester-i-2023-shopee-kokoh-di-puncak>. (Diakses tanggal 15 Maret 2023, pukul 22:10)

<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6091087/jejak-e-commerce-di-indonesia-waktu-ke-waktu-berawal-dari-kaskus>. (Diakses tanggal 23 Mei 2022, pukul 19:30)

<https://goodstats.id/video/top-10-marketplace-di-indonesia-2017-2021-in4CN>. (Diakses tanggal 20 Desember 2023, pukul 23:07)

<https://komerce.id/blog/penyebab-produk-tidak-muncul-di-shopee/>. (Diakses tanggal 20 Oktober 2023, pukul 01:31)

<https://seller.shopee.co.id/edu/article/15311>. (Diakses tanggal 04 Januari 2024, pukul 00:35)

https://www.gramedia.com/literasi/pendiri-shopee/#google_vignette. (Diakses tanggal 01 Februari, pukul 01:58)

<https://ginee.com/id/insights/sejarah-shopee-indonesia/>. (Diakses tanggal 01 Februari, pukul 01:58)

<https://careers.shopee.co.id/jobs>. (Diakses tanggal 01 Februari, pukul 01:58)



[https://shopee.co.id/seller/login?next=https%3A%2F%2Fseller.shopee.co.id%2F.](https://shopee.co.id/seller/login?next=https%3A%2F%2Fseller.shopee.co.id%2F)
(Diakses tanggal 01 Februari, pukul 01:58)



Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.