

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Sanusi. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Aprilia, R., Wibowo, P., & Sitorus, F. (2022). Implementation Of Digital Marketing In Maintaining MSMEs During The Covid-19 Pandemic Penerapan Digital Marketing Dalam Mempertahankan UMKM Di Masa Pandemi Covid-19. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 2283–2291. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Arista, L., & Lasmana, H. (2019). *Pengaruh Review Oleh Sarah Ayu Pada Produk Kecantikan Di Youtube Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Menggunakan Produk*. *Scriptura*, 9(1).
- Djakarta. Deka I. (2021) pengaruh marketing mix terhadap Keputusan pembelian (studi pada Indonesia seller perusahaan ecommerce e bay) semarang, indonesia
- Ginee. (2021). *Sejarah Shopee di Indonesia: Marketplace Sukses di Tanah Air*. Ginee.com.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Henuk-Kacaribu, Alemina. (2020). *Pengantar Ilmu Administrasi*. Yogyakarta : ANDI
- Indrasari M. (2019), *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Jawa Timur: Unitomo Press
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). *Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee di Mojokerto*. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42.
- Imam Santoso & Harries Madiistriyatno, (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang : Indigo Media
- Indrawan, B., & Kaniawati Dewi, R. (2020). *Pengaruh Net Interest Margin (NIM) Terhadap Return on Asset (ROA) Pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten Tbk Periode 2013-2017*. *Jurnal E-Bis*, 4(1), 78-87.
- Kotler, Philip & Gray Armstrong. (2012): *Principle Of Marketing*, 15th Edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall International.
- Muri yusup. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif Dan Penelitian Gabungan*. Bandung : Alfabeta.

- Rachmat, zul, dkk. (2022). *Administrasi Bisnis*. Padang : PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI
- Rabiah, A. S., Dhyhan Parashakti, R., Mahfud, I., & Adha, S. (2019). *Online Consumer Review and Beauty Influencer on Cosmetics Purchase Intention of Indonesian Female Consumers*. *Journal of Business, Management, and Accounting*, 1(1), 34– 47.
- Sinambela, L., & Sinambela, S. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Teoretik dan Praktik (1s t e d , cet-2)*. Depok: Rajawali Pers.
- Sirodjudin, M., & Sudarmiati, S. (2023). *Implementasi Digital Marketing Oleh UMKM Di Indonesia: A Scoping Review*. *EBISMEN: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 2(2), 1–16.
- Siagian, Sondang P. (2008). *Filsafat Administrasi*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Sugiyono (2018) *metode penelitian kuantitatif (cet 1)*. Bandung : ALFABETA
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Ke-2)*. ALFABETA
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Ke-3)*. ALFABETA
- Setyani, A. H., & Azhari, M. Z. (2021). *Pengaruh Korean Wave Dan Ulasan Online Terhadap Minat Beli Produk Skin Care Korea Selatan*. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(58), 67–74.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Supriyanto. (2016). *Administrasi Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara
- Syahrum & Salim (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Citapustaka Media
- Syahputra, R. M. (2021). *Digital Marketing Strategy Through Digital Channelsin Promoting Product*. *Ijisrt.Com*, 6(1). <https://ijisrt.com/assets/upload/files/IJISRT21JAN220>.
- Tasya Kamila, Korina., Suharyono & Inggang Perwangsa Nuralam. (2019). *“Pengaruh Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian,” Jurnal Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang*. 72 (1), 1-10.
- Tjiptono, fandy (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Edisi 1. Yogyakarta.ANDI

- Uma Sekaran. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- We are social & Hootsuite. (2019). Digital 2019: Indonesia-DataReportal-Global Digital Insights. DataReportal, 77. <https://datareportal.com/reports/digital-2019-indonesia>.
- Zhao, Xinyuan, Liang Wang, Xiao Guo, and Rob Law (2015). *The influence of online reviews to online hotel booking intentions*. International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 27 No. 6.
- Zulkarnain, A. (2019). *Penerapan Mobile-First Design pada Antarmuka Website Profil Sekolah Menggunakan Metode Human-Centred Design (Studi Kasus: SMPN 21 Malang)*. Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia, 13(2), 125–136
- Haque A. G. (2020), *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada PT Berlian Multitama di Jakarta*. Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Vol. 21 Hal. 31-38
- Handayani, S. (2011). *Pengantar Studi Ilmu Administrasi Dan Manajemen*. Jakarta : Cv Haji Masagung.

Sumber Website

- Databoks.katadata.co.id. (2024). 5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/10/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>. (di akses pada 9 januari 2024, pukul 09: 30).
- Databoks.katadata.co.id. (2023). Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>. (di akses pada 6 maret 2024, pukul 09:45).
- Kompas.com (2023). Kenapa Barang yang Dijual di Toko Online Lebih Murah dari Offline? Artikel ini telah tayang di [Kompas.com](https://www.kompas.com) dengan judul "Kenapa Barang yang Dijual di Toko Online Lebih Murah dari Offline?", Klik untuk baca: <https://www.kompas.com/tren/read/2023/09/19/180000865/kenapa-barang-yang-dijual-di-toko-online-lebih-murah-dari-offline-?page=all>.