

DAFTAR PUSTAKA

- (n.d.). Retrieved Desember 12, 2020 from <https://kbbi.web.id/uang>
- Machali, I. (2018). *The Hand Book of Education Management*. Jakarta: Kencana.
- Bucko, J., Kakalejčik , L., & Ferencov, M. (2018). , , “*Online shopping: Factors that affect consumer purchasing behaviour*. 12.
- Changcit, Cutshall, Lonkani, Pholwan, & Pongwiritthon. (2018). *Determinants of Online Shopping Influencing Thai Consumer’s Buying Choices*. *Journal of Internet Commerce*, 7.
- Digimind.id. (2020). *10 Kategori Produk Terlaris Shoppe*. Retrieved December 13, 2020 from Asosiasi Digital Marketing Indonesia Web Site: <https://digimind.id/data-e-commerce-indonesia-asosiasi/>
- dkk, T. (2013). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem *Internet Banking* (Vol. 1).
- Edwar, M., Diansari, R. A., & Winawati, N. F. (2018). *The factors that affecting the product purchasing decision through online shopping by students of Surabaya state university*. *International Journal of Educational Research Review*, 3.
- Gujarati , D. N., & Porter, D. C. (2010). *Dasar-Dasar Ekonometrika Buku 1*. Jakarta Selatan: Penerbit Salemba.
- Gujarati, D. (2004). *Ekonometrika Dasar*. Jakarta: Erlangga.
- Hamzah, Zulfadli, Arif, M., & Nisa, C. (2019). Analisis Komparasi Strategi Pemasaran Dalam Transaksi Jual Beli *Online* Dan *Offline* Pada Hijab (STUDI Kasus: Mahasiswa Universitas Islam Riau)." . *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 16.
- Harahap, D. A. (2018). Perilaku Belanja *Online* di Indonesia. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen*, 193-213.
- Harahap, D. A. (2018). Perilaku Belanja *Online* di Indonesia:Studi kasus. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 193-213.
- Harmayani, Marpaung, D., Hamzah, A., Mulayani, N., & Hutahaean, J. (2020). *E-Commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital*. Juli: Yayasan Kita Menulis.

- Istanti, F. (2017). Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan Berbelanja Dan *E-Promosi* Terhadap Keputusan Pembelian Belanja *Online* Di Kota Surabaya Pengaruh Harga, Kepercayaan Kemudahan Berbelanja Dan E-Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Belanja *Online* Di Kota Surabaya. *Jurnal Bisnis dan Teknologi*, 4, 14-22.
- Karir, S. (n.d.). *Shopee*. From <https://careers.shopee.co.id/about>.
- Kata Data. (2020, 12 10). From *Katadata.co.id*: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/11/16/transaksi-e-commerce-indonesia-naik-500-dalam-5-tahun>
- Katawetawaraks , C., & Wang , C. L. (2011). *Online Shopper Behavior: Influences of Online Shopping Decision*. *Asian Journal of Business Research*, 1, 68.
- Lazada. (n.d.). *Lazada*. From <https://www.lazada.com/en/about/>.
- Lubbe, S. (2003). *The Economic and Social Impact of E-commerce*. Hershey: Idea Group Publishing.
- M, R., S. M, U., H. M, B., & M, A. (2014). *Determinants of customer intentions for online shopping: A Study from Pakistan*. *Journal of Sociological Research*, 5, 248-272.
- Mardiyono, A. (n.d.). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penawaran dan Permintaan Industri Kecil Pakaian Jadi di Kota Semarang. *Media Ekonomi dan Manajemen*.
- Maulana, D. (2014, Agustus 17). Surabaya Jadi Pasar Potensial Industri Fashion.
- Pengaruh Kemudahan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Secara *Online* (Studi Kasus Mahasiswa Belanja *Online* Pada Febi Iain Padangsidimpuan. *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, 4, 26-39.
- Negeri, B. P. (2018, Maret). Riset Snapcart: 65 Persen Pelaku Belanja *Online* Adalah Perempuan. From <https://litbang.kemendagri.go.id/website/riset-snapcart-65-persen-pelaku-belanja-online-adalah-perempuan>
- Nusarika, L. A., & Purnami, N. M. (2015). Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan, Dan Orientasi Belanja Terhadap Niat Beli Secara *Online* (Studi Pada Produk Fashion Online Di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4.

- P.S, D. (1982). *Statistik Sosial Ekonomi* (1 ed.). Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Palma, Arnindita, M., & Andjarwati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kemudahan, dan Harga terhadap Niat Beli Ulang dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Produk Fashion melalui Toko *Online* di Surabaya). *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 84-104.
- Pracoyo, T. K., & Pracoyo, A. (2008). *Aspek Dasar Ekonomi Mikro*. Jakarta: Grasindo.
- Prashandyawan, Yelanda, B., & Hetami, A. A. (2019). Pengaruh *E-Commerce* Tokopedia. Com Terhadap Minat Beli Pakaian Secara *Online* Pada Mahasiswa Universitas Mulawarman.
- Priyono, R. A. (2017). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS* (3 ed.). CV Wade Grup Ponorogo.
- Purnamasari, I. Y., Suwena, K. R., & Haris, I. A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Produk *Fashion Online* di Singaraja Tahun 2015. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 5.
- Rahmawati, A. D., & dkk. (2020, Januari). Analisis Keputusan Pembelian Produk *Fashion* pada *E-commerce* Shopee. Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi I.
- Ratnasari, W. (2015). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Atasan Wanita yang Dijual Secara *Online* Melalui Grup Blackberry *Messenger* (Studi Pada *Girls Outfit Project Shop*). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*.
- Rizkinswasa, L. (2019, Agustus). *Penggunaan Internet di Indonesia*. Retrieved November 5, 2020 from Kominfo: <http://aptika.kominfo.go.id/2019/08/penggunaan-internet-di-indonesia/>
- Sarwono, J. (2017). Mengubah Data Ordinal ke Dara Interval dengan Metode Suksesif Interval (MSI) Statistik Terapan Aplikasi Unuk Skripsi, Tesis, Dan Disertasi, Menggunakan SPSS, AMOS dan Excel.
- Statista. (n.d.). *Statista*. Retrieved 12 8, 2020 from <https://www.statista.com/forecasts/280925/e-commerce-revenue-forecast-in-Indonesia>
- Sugiyanto, C. (n.d.). *Teori Ekonomi Mikro Lanjutan*.

- Sugiyono. (1999). *Metode Penelitian Bisnis*.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta.
- Suliyanto. (2006). *Metode Riser Bisnis (1 ed.)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi Dengan SPSS*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Suliyanto. (2012). *Ekonometrika Terapan:Teori dan Aplikasi SPSS*. Yogyakarta: ANDI Yogayakarta.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skrippsi, Tesis, dan Disertasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Suparmoko. (1991). *Metode Penelitian Praktis (Untuk Ilmu-Ilmu Sosial dan Ekonomi) (3 ed.)*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Suparmoko. (1998). *Pengantar Ekonomika Mikro*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Widarjono, A. (2009). *Ekonometrika Pengantar dan Aplikasi (3 ed.)*. Yogyakarta: EKONESIA.
- Yaraş, Eyyup, Özbük, M. Y., & Aydin, D. (2017). *Factors affecting consumers' intention to purchase online. İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*, 8, 63-74.
- Zalora. (n.d.). Zalora. From <https://www.zalora.co.id/about/>.