

Daftar Pustaka

- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Andrea, L. (2021). *10 Negara dengan Persentase Penggunaan E-Commerce Tertinggi di Dunia (April 2021)*.
- Chatrin and Karlina, S. (2007). *Analisa faktor- faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan brand switching terhadap bread boutiques di Supermal Pakuwon Indah (SPI) Surabaya*. Bachelor thesis, Petra Christian University.
- databoks. (2021). *Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia*.
- databooks. (2024). *5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023*. 2024, 4–5.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8), Cetakan ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Husein Umar. (2001). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Jaja Suteja. (2023). *Shopee, Tokopedia, dan Lazada, Siapa Juara?*
<https://investor.id/business/319585/shopee-tokopedia-dan-lazada-siapa-juara>
- Jiang, J.C, C. and W. (2008). *Knowledge and trust in e-commers' online shopping behavior. International Symposium on Electronic Commerce and Security*. IEEE Computer Society.
- Jogiyanto H.M. (2004). *Analisis dan Desain Sistem Informasi, Edisi Kedua*, Yogyakarta,.
- katadata. (2024). *Peta Persaingan Tiktok x Tokopedia, Shopee, Lazada versi Bos GoTo*.
- Kidane, T. T. dan S. (2016). *Factor effecting consumers' purchasing decision through ecommerce. Proceedings of the 2016 International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*. Kuala Lumpur, Malaysia.
- Kim, Ferrin, dan R. (2003). *Trust and satisfaction, two stepping stones for successful e-commerce Relationships: a longitudinal exploration*. Information system research.
- kominfo. (2020). *Kemkominfo: Pertumbuhan e-Commerce Indonesia Capai 78*

Persen.

- Kotler. (2000). Managing and Delivering Marketing Programs. *Marketing Management: The Millennium Edition*, 1–456. www.pearsoncustom.com
- Kotler, K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga. Jakarta. 172.
- Kotler, P. (2007). *Manajemen pemasaran edisi dua belas jilid satu*. Jakarta: PT. Indeks.
- Masoud, E. Y. (2013). *The effect of perceived risk on online shopping in Jordan*. *European Journal of Business and Management*. Vol.5, No.6.
- Mowen, J. C. (2002). *Perilaku Konsumen Jilid 2 Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Mujiyana dan Ingge Elissa. (2013). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet pada Toko Online*. *J@TI Undip*. Vol VIII, No 3.
- Oktaviyani , Dwijanto, & S. (2018). *Optimasi Penjadwalan Produksi Dan Perencanaan Persediaan Bahan Baku Menggunakan Rantai Markov (Studi Kasus Kinken Cake & Bakery Kutoarjo)*. *Unnes Journal of Mathematics*, 165-180.
- Rangkuti, F. (2008). *The Power of Brands*. Cetakan Ketiga, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ribhan. (2006). *Faktor-faktor yang mempengaruhi brand switching pengguna sim card di Fakultas Ekonomi Universitas Lampung*. *Jurnal Ekonomi dan manajemen*. Vol.3, No.1, 96-130.
- Rofiroh, Firdaus, F. D., & S. (2020). *Aplikasi Rantai Markov pada Prediksi Hari Bersalju di Beberapa Kota Amerika Serikat*. *STATMAT (Jurnal Statistika dan Matematika)*, II(2), 131- 141.
- Sasake, S., Iesnussa, Y. A., & Wattimena, A. Z. (2021). *Peramalan Cuaca Menggunakan Metode Rantai Markov*. *Jurnal Matematika*, XI(1), 01-09.
- Schiffman, L. dan L. L. K. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks.
- Simamora, B. (2004). *Panduan riset perilaku konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.
- SIRCLO & Ravenry. (2019). *Navigating Market Opportunities in Indonesia's E-commerce*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Turban,Efrain, dkk. (2015). *Electronic Commerce*. Springer : New York.
<https://www.statista.com/statistics/8%0A69700/indonesia-top-10-ecommerce-sites/>

Utami, E. P. (2014). *Analisis Perpindahan Merek (Brand Switching) Pada Pengguna Jasa Transportasi Umum Bus Rapid Transit (BRT) Trans Bandar Lampung Dengan Metode Rantai Markov (Markov Chain)*, STIE Gentiaras Bandar Lampung.

Wuri, M. (2002). *Analisis Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Konsumen Dalam Melakukan Perpindahan Merek*. Semarang: Program Studi Magister Manajemen, Universitas Diponegoro Semarang.