

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyadi, D. N., & Mahfudz, M. (2024). Pengaruh Keamanan Konsumen dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Berlangganan Vidio.com di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 13(5), <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/47793>
- Djakasaputra, A., & Juliana, J. (2022). *Marketplace Mapping Positioning Analysis Based On Consumer Perception In The City Of Bandung*. *Seiko : Journal of Management & Business*, 5(2), <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.4186>
- Hasibuan, A. N., Suharli, O., & Andriyanty, R. (2022). *Analisis Positioning Pemetaan Marketplace Berdasarkan Persepsi Konsumen Di Jakarta Selatan*. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 12(1), 33–56. <https://doi.org/10.37932/j.e.v12i1.446>
- Kurniawan, A., & Yusa, V. D. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Mainan Wong Toy's Kalianda Hlok Gagas, 6(2).
- Kuswandari, R., Arofah, I., & Setiawan, T. H. (2021). *Analisis Positioning Merek Lipstik Berdasarkan Persepsi Konsumen dengan Menggunakan Metode Multidimensional Scaling*. *Jurnal Syntax Admiration*, 2(5), 890–901. <https://doi.org/10.46799/jsa.v2i5.236>
- Mukarromah, S., & Iriani. (2021). *Analisis Positioning Smartphone Merek Vivo Berdasarkan Persepsi Konsumen Terhadap Atribut Produk dengan Metode Multidimensional Scaling di Kec. Sangkapura Bawean*. *Juminten*, 2(6), Article 6. <https://doi.org/10.33005/juminten.v2i6.344>

- Oktavia, W., Fitri, A. N., & Nurhasanah, N. (2023). Analisis Positioning Fast Food Restaurant di Indonesia. *Journal on Education*, 5(3), <https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1483>
- Ona Sain, M. R., Setyawan, Y., & Bakti, R. D. (2023). Analisis Positioning Merk Laptop dengan Menggunakan Metode MDS Nonmetrik dan CA. *Jurnal Matematika*, 12(2), 89. <https://doi.org/10.24843/JMAT.2022.v12.i02.p152>
- Paramitasari, N., & Idayanti, V. (2021). Analisis Positioning Aplikasi E-Wallet Berdasarkan Persepsi Konsumen di Bandar Lampung. Prosiding Seminar Nasional Darmajaya, 1(0).
- Saputra, M., & Putri, A. S. (2023). Strategi Peningkatan Loyalitas Mahasiswa Perguruan Tinggi IIB Darmajaya Bandar Lampung. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 14(2), <https://doi.org/10.33059/jseb.v14i2.5822>.
- Sari, N., & Selfia, A. (2022). Analisis Positioning Marketplace Berdasarkan Persepsi Masyarakat Bandar Lampung. *Jurnal Educatio Amerta*, 1(1).
- Septiawan, I. P. S., Shabira, G. D., & Sofjan, N. (2023). Analisis Positioning Skincare Lokal di Jakarta. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 20(02), 215–222. <https://doi.org/10.25134/equi.v20i02.7481>
- Shaury, S. (2019). Analisis Positioning E-Wallet berdasarkan Perceptual Mapping. *Seiko : Journal of Management & Business*, 3(1) <https://doi.org/10.37531/sejaman.v3i1.531>
- Simanjuntak, K., & Sari, R. P. (2023). Analisis Sistem S-Commerce pada Tiktok Shop untuk Meningkatkan Daya Saing Menggunakan Metode SWOT. *Jurnal Unitek*, 16(1), <https://doi.org/10.52072/unitek.v16i1.476>
- Turban, E., Strauss, J., & Lai, L. (2016). *Social Commerce: Marketing, Technology and Management*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-17028-2>

- Waoma, S., . R., . A.-A., . Z., Izmuddin, I., & Judijanto, L. (2024). Perceptual Mapping Marketplace Tiktok Shop, Tokopedia, Shopee, Lazada, Blibli: Positioning Marketplace Based on Indonesia Online Shopper Preferences. *Journal of Ecohumanism*, 3(4), 2726–2737. <https://doi.org/10.62754/joe.v3i4.3786>
- Armstrong, P. K. (2018). *Principles of Marketing*, 17th. London: Harlow : Pearson Education.
- Dr. Agus Wibowo, M. M. (2021). E-Bisnis. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik Bekerja sama dengan Universitas Sains & Teknologi Komputer (Universitas STEKOM).
- Jefri Putri Nugraha, M. (2021). Teori Perilaku Konsumen Pekalongan, NEM - Anggota IKAPI.
- Keller, P. K. (2016). *Marketing Management*, 15th . Pearson Education.
- Kotler Keller, P. &. (2018). *Principles of Marketing Global 17th* . London : Pearson Education.
- Luga, L. (2023). *Analisis Positioning Nike*. Jurnal Teknologi Kesehatan dan Ilmu Sosial (TEKESNOS).
- Nangiswari, S. L. (2023). ikTok Shop Tutup, Transaksi Rp 1,33 Triliun Melayang.pp.<https://lifestyle.kompas.com/read/2023/10/08/133455220/tiktok-shop-tutup-transaksi-rp-133-triliun-melayang>.
- Ratnaparkhe, T. (2024). 10 Statistik Perdagangan Sosial Teratas untuk tahun 2024: Tren & Wawasan Teratas. Platform *sosial commerce* dalam pembelian pada tahun 2024, pp. <https://predis.ai/id/sumber-daya/statistik-perdagangan-sosial/>.

- Risti, F. (2024). Jumlah Pengguna Internet di Indonesia, <https://data.goodstats.id/statistic/1853-juta-pengguna-internet-tercatat-di-indonesia-pada-2024-JFNoa>. *data reportal*.
- Sugiyono, P. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: ALFABETA Bandung.
- Tiasmalomo, R. (2020). *Analisis Positioning* Pelaku Usaha Tanaman Hias di Kota Makassar. <https://jurnal.syntaxliterate.co.id/index.php/syntax-literate/article/view/1331>.
- Wisnel, W. (2022). *Analysis of the Effect of E-Service Quality on E-Commerce Customer Satisfaction and Loyalty. Motivecion: Journal of Mechanical, Electrical and Industrial Engineering*.
- Yayat Sujatna, S. M. (2020). Posisi Pasar di Indonesia Berdasarkan Persepsi Konsumen. Jurnal Manajemen Internasional, [https:// orcid.org/ 0000-0002-3449-6222](https://orcid.org/0000-0002-3449-6222).
- Pahlevi, R. (2022). Nilai Transaksi E-Commerce Indonesia Diperkirakan Capai US\$137,5 Miliar pada 2025. Estimasi Nilai Transaksi E-Commerce di Indonesia (2021 - 2025), p. 1. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/578053fb8bceef8/nilai-transaksi-e-commerce-indonesia-diperkirakan-capai-us1375-miliar-pada-2025>