

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, N. D., Waluyo, S. D., & Saragih, H. J. R. (2021). Perkembangan Ekonomi Digital Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pertahanan*, 7(2), 245–259. <http://repository.unpar.ac.id/handle/123456789/8375>
- Aziz, A. (2022). *Manajemen Produk: Efektif dan Efisiensi Produk*. CV. Eureka Media Aksara.
- Chaniago, H. (2021). *Manajemen Ritel & Implementasinya*. Edukasi Riset Digital.
- CNN Indonesia. (2022). *Mengenal Letak Astronomis dan Geografis Indonesia serta Dampaknya*. <https://www.cnnindonesia.com/edukasi/20221201101400-569-881258/mengenal-letak-astronomis-dan-geografis-indonesia-serta-dampaknya>
- Compas. (2022). *FMCG E-commerce Report 2022: 43,5% Market Didominasi Beauty & Care*. <https://compas.co.id/article/fmcg-e-commerce-report-2022/>
- Data Indonesia. (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>
- Ekawati, S., & Sha, T. L. (2019). Implementasi Strategi Manajemen Ritel Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 2(1), 48–57. <https://doi.org/10.24912/jbmi.v2i1.4316>
- Foster, B., Johansyah, M. D., & Marwondo. (2021). *Manajemen Ritel Di Era Pemasaran Online*. Unibi Press.
- Hendrayani, E., Sitinjak, W., Kusuma, G. P. E., Yani, D. A., Yasa, N. N. K., Chandrayanti, T., Wisataone, V., Wardhana, A., Sinaga, R., & Hilal, N. (2020). *Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep)*. CV. Media Sains Indonesia.
- Indrajaya, S. (2016). Analisa Pengaruh Kemudahan Belanja, Kualitas Produk Belanja Di Toko Online. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Sosial*, 5(2), 134–141.
- Irawati, R., & Prasetyo, I. B. (2021). Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan dan Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman di

- Malang). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 6(2), 114–133. <https://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/544>
- Kemlu. (2018). *Geografi*. <https://www.kemlu.go.id/nur-sultan/id/pages/geografi/41/etc-menu>
- Kominfo. (2017). *Sistem e-Commerce dan Perlindungan Konsumen*. <https://aptika.kominfo.go.id/2017/06/sistem-e-commerce-dan-perlindungan-konsumen/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. Prentice Hall.
- Kusuma, I. S. H. (2023). The Influence of Online Customer Review on Purchasing Decision on the Shopee Marketplace Among University Students in Bandung City, Indonesia. *International Journal Administration Business and Organization*, 4(2), 31–39.
- Lestari, T., & Damhudi, D. (2021). Peran Media Penjualan Terhadap Pendapatan E-Commerce Pada Usaha Mikro. *Perspektif: Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, 19(2), 150–157. <https://doi.org/10.31294/jp.v19i2.11295>
- MGT Logistik. (2021). *Manajemen Toko*. <https://mgt-logistik.com/manajemen-toko/>
- Munawarah, A., Janah, A. M., Oktarini, E. A., & Khatimah, H. (2022). Peran Ekonomi Digital Bagi Perkembangan Pasar Modern Di Indonesia. *Jurnal Al-Aflah*, 1(2), 124–133.
- Mursyidi. (2010). *Akuntansi Dasar*. Ghalia Indonesia.
- Muslim, M. I., & Mudiantono. (2011). Analisis Pengaruh Merchandise, Promosi, Atmosfir Dalam Gerai, Pelayanan Ritel, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Toko Buku Gramedia Pandanaran Kota Semarang). *Jurnal Undip*, 1–30.
- Ngatno. (2018). *Manajemen Pemasaran*. EF Press Digimedia.
- Oktavani, S., & Yulhendri. (2021). Pengaruh Jumlah Unit Usaha, Investasi Dan Output UMKM Terhadap Kemiskinan. *Jurnal Ecogen*, 4(3), 436–444. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v4i3.11341>
- Olii, M. R. (2020). Online Shop Sebagai Alternatif Berbelanja Masyarakat Kota

- Manado. *Jurnal Holistik*, 13(4), 1–18.
- Pahira, G., Kusuma, R. P., & Suhendar, H. (2022). Perancangan Desain Merchandise Menggunakan Metode Kreatif Sebagai Promosi Brand Produk (Studi Kasus: Gifa Group). *Jurnal Digit*, 12(1), 103–114. <https://doi.org/10.51920/jd.v12i1.221>
- Peraturan Pemerintah RI. (2001). *Peraturan Pemerintah RI Nomor 58 Tahun 2001 Tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen*.
- Peraturan Presiden RI. (2018). *Peraturan Presiden Nomor 16 Tahun 2018 tentang Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah*.
- Putri, B. R. T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Universitas Udayana. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Robinson. (2014). Dekonstruksi Makna Transaksi Dalam Akuntansi: Suatu Pendekatan Idealisme Syariah Islam. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 2(2), 27–39. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v2i2.5265>
- Rosa, A., Iisnawati, I., & Daud, I. (2018). Key Factors Analysis of E-Commerce and Marketplace Purchasing Decision in Palembang. *Sriwijaya International Journal of Dynamic Economics and Business (SIJDEB)*, 2(4), 347–362. <https://doi.org/10.29259/sijdeb.v2i4.347-362>
- Rosyida, S. H., & Priantilianingtiasari, R. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Pelanggan, dan Letak Geografis Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Via Salon Trenggalek. *Jurnal Maneksi*, 12(1), 656–665. <https://ejournal-polnam.ac.id/index.php/JurnalManeksi/article/view/1401/632>
- Sadikin, A., Misra, I., & Hudin, M. S. (2020). *Pengantar Manajemen dan Bisnis*. K-Media.
- Said, L. R., Anggela, M., & Fariany, G. R. (2023). Online Purchase Decision of Gen Z Students at Shopee Marketplace. *International Journal of Professional Business Review*, 8(5), 01–21. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i5.1187>
- Sakti, B. P. (2020). Peningkatan Hasil Belajar Pada Tema Karakteristik Geografis Indonesia Di Kelas V Sekolah Dasar Menggunakan Model Mind Mapping.

- Prima Magistra: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 1(2), 218–229.
<https://doi.org/10.37478/jpm.v1i2.659>
- Saputri, S. A., Berliana, I., & Nasrida, M. F. (2023). Peran Marketplace Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Indonesia. *KNOWLEDGE: Jurnal Inovasi Hasil Penelitian Dan Pengembangan*, 3(1), 69–75.
<https://doi.org/10.51878/knowledge.v3i1.2199>
- Sari, D. K., Pebrianggara, A., & Oetarjo, M. (2021). Buku Ajar Digital Marketing. In *Buku Ajar Digital Marketing*. Umsida Press.
<https://doi.org/10.21070/2021/978-623-6081-38-9>
- Sidretail. (2023). *Hal Yang Menyebabkan Manajemen Toko Menjadi Tidak Baik*.
<https://sidretail.id/blog-detail.php?kode=hal-yang-menyebabkan-manajemen-toko-menjadi-tidak-baik>
- Simamora, S., & Realize. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Online. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 111–122.
<https://kohesi.sciencemakarioz.org/index.php/JIK/article/view/162>
- Stice, J. D., Stice, E. K., & Skousen, K. F. (2009). *Akuntansi Keuangan*. Salemba Empat.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Alfabeta.
- Suparman, D. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Penjualan Spare Part Motor Di PT. SLM (Selamat Lestari Mandiri). *Jurnal Ekonomedia*, 07(2), 1–16.
- Susanto, A. (2013). *Sistem Informasi Akuntansi, Stuktur Pengendalian, Resiko Pengembangan*. Lingga Jaya.
- Tama, A. K. W., Novena, M. D., & Lestari, S. (2017). Perancangan Merchandise Guna Menunjang Efektivitas Promosi. *SENSI Journal*, 3(1), 92–104.
<https://doi.org/10.33050/sensi.v3i1.763>
- Viranda, L., Hidayat, D. R., & Yudhapramesti, P. (2018). Manajemen Produk Media Kompas.Com Untuk Bersaing Di Era Generasi Milenial. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 2(1), 61–78. <https://doi.org/10.24198/kj.v2i1.21074>
- Widiana, M. E. (2020). *Buku Ajar Pengantar Manajemen*. CV. Pena Persada.

- William, & Aripadono, H. W. (2020). Faktor Keputusan Pembelian Konsumen Online Marketplace Indonesia. *Teknika*, 9(1), 48–57.
<https://doi.org/10.34148/teknika.v9i1.269>
- Wintera. (2023). *Top 5 Marketplace di Indonesia Periode Januari 2023 - Juni 2023*.
<https://wintera.co.id/article-detail/top-5-marketplace-di-indonesia-periode-januari-2023-juni-2023/8051>
- Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. Yayasan Prima Agus Teknik.

