

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, dkk. (2020). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Secara *Online* Melalui *Marketplace*. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 7(2), 81-90.
- Alberto, dkk. (2021). *R& D Evaluation Methodology Based On Group-AHP With Uncertainty*. *arXiv:2108.02595v2* [cs. CY], 1 – 12. Tersedia: <https://arxiv.org/abs/2108.02595>. Diakses: 28 Januari 2022.
- Aliwafa M, dkk. (2021). Peramalan Strategi Pelanggan Serta Perpindahan Pelanggan Indomaret dan Alfamart dengan Metode *Game Theory* dan *Markov Chain*. *Jurnal Serambi Engineering*, VI(4), 2236-2247.
- Andrews, Kenneth R. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta.
- Binus University Business School: Undergraduate Program Business Creation. (2020). *E-Commerce*. Tersedia: <https://bbs.binus.ac.id/business-creation/2020/04/e-commerce/>. Diakses : 14 Desember 2021.
- Febriyanto, M., & Evi, Y. (2020). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Penyedia Jasa *Game* Menggunakan *Game Theory* dan *Index Performance Analysis*. *Jurnal Sains Matematika Dan Statistika*, 1(2), 10-16.
- Global Web Index. (2019). *Commerce Globalwebindex's Flagship Report on The Latest Trends in Online Commerce*.
- Hafiyusholeh ,M., & Ahmad, H.A. (2016). Vektor Prioritas Dalam *Analytical Hierarchy Process (AHP)* Dengan Metode Nilai Eigen. *Jurnal Matematika "MANTIK"*, 1(2), 44-49.
- Howard, A., & Rorres, C. (2004). *Aljabar Linear Elementer Versi Aplikasi*, Jilid 1, Ed 8 . Jakarta. Erlangga.
- iPrice Group: iPrice insight. Tersedia: <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>. Diakses : 27 Januari 2022.

- Japarianto ,E., & Stephanie, A. (2020). Pengaruh Tampilan Web dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai *Intervening* Variabel *E-Commerce* Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35-43.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). Prinsip - Prinsip Pemasaran. Jakarta. Erlangga.
- Kurniawan, Luthfi. (2015). Penerapan Payoff Matrix dalam *Game Theory*. Bandung. Institut Teknologi Bandung.
- Kurniawati, A., & Nafiah, A. (2022). Strategi Promosi Penjualan pada *Marketplace* Shopee. *PROPAGANDA*2(1), 65-79.
- Marimin. (2004). Teknik Dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk. Jakarta. Grasindo.
- Mubarok, H., & Agnia, E. M. (2017). Penerapan Metode *Analytical Hierarchy Process* Dalam Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Mahasiswa Berprestasi. *Jurnal Siliwangi Seri Sains dan Teknologi*,3(2), 192-201.
- Nofriansyah, D., & Sarjon, D. (2017). *Multi Criteria Decision Making (MCDM)* Pada Sistem Pendukung Keputusan. Yogyakarta. Deepublish.
- Praditya, A.R., & Sri, Y. J. P. (2021). *Game Theory* Dalam Penentuan Strategi Pemasaran Optimal Dalam (Studi Kasus Persaingan *E-Commerce* Shopee dan Tokopedia. *Jurnal Terapan Informatika Nusantara*, 2(2), 53-57.
- Rachman, R. (2019). Penerapan Metode AHP Untuk Menentukan Kualitas Pakaian Jadi di Industri Garment. *Jurnal Informatika*, 6(1), 1-8.
- Rerung, R. (2018). *E-Commerce* Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi Ed 1. Yogyakarta. Deepublish.
- Saifuddin, A., dkk.(2018). Penerapan Konsep Teori Permainan (*Game Theory*) Dalam Pemilihan Strategi Kampanye Politik (Studi Kasus : Strategi Pemenangan Pemilu pada DKI Jakarta 2017). *E-Jurnal Matematika*, 7(2), 173-179.
- Siswanto. (2007). *Operation Research*. Jakarta. Erlangga.
- Sudaryana, Bambang. (2018). Metode Penelitian Teori dan Praktek Kuantitatif dan Kualitatif Ed 1. Yogyakarta. Deepublish.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R& D*. Bandung. Alfabeta.

Surya, G. M., & Putu, G. S. (2020). Komparasi Metode AHP-SAW dan AHP-WP pada SPK Penentuan *E-Commerce* Terbaik di Indonesia. *Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi*, 8(4), 346-356.

Yohandira, dkk. (2021). Faktor-Faktor Bauran Pemasaran yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian di Bukalapak. *Jurnal Manajemen Organisasi*, 12(2), 122-133.

Yusup, & Febrianawati. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17 – 23.

