

DAFTAR PUSTAKA

- (2020), T. F. M. (2022). *Promosi Terhadap Minat Beli Pada E Commerce Shopee*. <http://repository.upbatam.ac.id/id/eprint/1407>
- (Dessyaningrum, samsir & Y. 2020). (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee. *Journal Of Social Science and Character Education*, 1, 28–38.
- (Handoko, 2017). (2022). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Dealer Yamaha Deta Group Cabang Merdeka Bandung. *Journal Competency of Business*, 5(02), 27–43. <https://doi.org/10.47200/jcob.v5i02.1088>
- (Kotler & Armstrong, 2018). (2018). *No Title*. 2014, 10–28.
- (Kotler, Philip and Keller, 2017). (2018). *Bab ii kajian pustaka 2.1*. 10–41.
- (Meme & Byre, 2020). (2021). Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen Pada Shopee (studi pada konsumen mahasiswa UMM pengguna Shopee). *Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang*, 11–30.
- (Prilano, Sudarso, & Fajrillah, 2020). (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek , Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1(1), 1–18.
- 2018, K. dan A. (2017). *2.1.1.1*. 7–32.
- 2018), (Dewi and Prabowo. (2018). "Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Dan Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonik Di Kota Semarang). *Prosiding SENDI_U 2018, 2016*, 711.

- 2019), (Tjiptono dan devi. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Minat Beli Pada Toko Rabbani. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1, 2004*, 6–25.
- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21–30. <https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.458>
- Alvianna, S., Patalo, R. G., & Hidayatullah, S. (2022). *Influence of Product Quality , Price and Promotion on Purchase Decisions on the Marketplace Shopee*. 5(4), 2018–2022.
- Alvian, Muhammad Shendy, and Bulan Prabawani. "Pengaruh sales promotion dan keragaman produk pada shopee terhadap minat beli ulang melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 9.2 (2020): 191-200.
- Arief, 2018. (2018). *Winter journal***. 2(1), 215–217. <https://doi.org/10.1090/nml/050/92>
- Arif, D., & Pramestie, D. A. (2021). Pengaruh Promosi Dan Review Produk Pada Marketplace Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Di Umaha. *Ecopreneur*.12, 4(2), 172. <https://doi.org/10.51804/econ12.v4i2.1013>
- Asdar, M. (2021). *THE EFFECT OF TRUST AND PRICE ON PURCHASE DECISIONS THROUGH BRAND IMAGE AS INTERVENING VARIABLES (CASE STUDY OF SHOPEE USERS IN MAKASSAR CITY) THE EFFECT OF TRUST AND PRICE ON PURCHASE DECISIONS THROUGH BRAND IMAGE AS INTERVENING VARIABLES (CASE STUDY OF SHOPEE USERS IN MAKASSAR CITY)*. February. <https://doi.org/10.26487/hjabe.v4i1.421>
- Astuti, R., & Abdullah, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di Usaha Mikro Kecil Menengah.

Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di Usaha Mikro Kecil Menengah, 1(0118047804), 1–50.

Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (n.d.). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse The Effect of Promotion and Product Quality on the Purchase Decision of Converse Brand Shoes. 2(2), 204–219.*

Aurelia, N., Thalib, S., & Hubbansyah, A. K. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Susu Beruang Bearbrand Pada Saat Pandemi Covid-19 (Studi Empiris Pada Pelanggan Marketplace Shopee Di Desa Sindangagung Kuningan Jawa Barat). *JIMP : Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila, 2(1), 53–69.* <https://journal.univpancasila.ac.id/index.php/JIMP/article/view/3113>

Budiyanto, Muhamad Andi, Faiz Irsyad Prasetyo, and Tri Bintang Pamungkas. "Analisis Pengaruh Harga, Citra Merk, dan Promosi Terhadap Keputusan Membeli Produk Online di Marketplace Shopee (Konsumen Shopee Sekaresidenan Pekalongan)." *JUEB: Jurnal Ekonomi dan Bisnis 1.3 (2022): 49-57.*

Christina, Meri, Iranita Iranita, and Akhirman Akhirman. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Untuk Mahasiswa Program Studi Manajemen 2017 Universitas Maritim Raja Ali Haji Tanjungpinang." *Student Online Journal (Soj) Umrah-Ekonomi 1.2 (2020): 573-583.*

Chulaifi, M. I. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Serta Kepercayaan Pada Kepuasan Konsumen. 4(1), 1–22.*

Dwijantoro, Rizky, Bernadin Dwi, and Nobelson Syarief. "Pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian marketplace shopee." *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis 16.2 (2022): 63-76.*

- Eklesia, J., Sujarwo, A., Suseno, E., & Riyadi, H. (2021). *The Impact of Product Promotion and Innovation on Purchase Decisions at Prices as Intervening Variables*. 5(2), 200–206.
- F. Hair Jr, J., Sarstedt, M., Hopkins, L., & G. Kuppelwieser, V. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Fahrevi, S. R., & Satrio, B. (2018). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Online di Shopee.co.id. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol. 7, No(3), 1–15.
- Fandy Tjiptono (2017. (2002). *BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1*. 1–64.
- Febria, Mira Fujita, Fadjar Setiawan, and Eman Sulaeman. "Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion (Studi Pada Pengguna Marketplace Shopee Di Indonesia)." *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)* 4.6 (2022): 12703-12711.
- Fikri, M. El, & Ritonga, H. M. (2017). Dampak Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Berkunjung Dan Kepuasan Wisatawan Ke Bumi Perkemahan Sibolangit. *Jurnal Manajemen Tools*, 8(2), 58–67.
- Hartanti, N. D., & Kurniasih, S. (2022). *The Effect of Promotion , Trust , Security and Information Quality on Purchase Decisions on the Shopee Marketplace*. 100(2012), 215–223.
- Hermawan, Agetha Saskia. *PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Widyatama Bandung)*. Diss. Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widyatama, 2022.

- Herlyana Elsasari, Fatekhah. *Pengaruh Online Customer Review, Rating, Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee*. Diss. Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2021.
- Hidayat, Z. H. & S. (2017). Faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merek nike di kota medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 06, 37–43.
- Hilda, Nurul Aeni. *Pengaruh Harga, Promosi, dan Penilaian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Purwokerto)*. Diss. IAIN Purwokerto, 2021.
- Ii, B. a B., Teori, a D., Pengertian, T., & Pembelajaran, S. (2018). Kajian Pustaka °
 إِلَيْ بِلَا حَاحَ دَلُّمُ بَابِ الْمَرْوِظِ سَنَرِي أَوْجِ الْإِدْنِ سِ إِحْ عَ و
 بَابِ يِلْ وَأَوْ أَوْكُضَّ وَبَابِ لَاتَرِي هَ عَكْ لَانَ سِ لِي رَكْمِ
Molucca Medica, 11(April), 13–45.
<http://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/moluccamed>
- Iskandar, D. (2018). *Strategi peningkatan kinerja perusahaan melalui pengelolaan sumber daya manusia dan kepuasan kerja dan dampaknya terhadap produktivitas karyawan*. 23–31.
- Istiqomah, M., & Marlina, N. (2020). Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashion. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 288–298.
- Juhria, A., Meinitasari, N., Iqbal Fauzi, F., Yusuf, A., & Ekonomi Bisnis Universitas Singaperbangsa, F. (2021). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Aplikasi E-Commerce Shopee. *Jurnalmanajemen*, 13(1), 55–62.
- Kadi, D. C. A., Purwanto, H., & Ramadani, L. D. (2021). Pengaruh E-Promotion, E-WOM dan lokasi terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening. *Management and Business Review*, 5(2), 224–238. <https://doi.org/10.21067/mbr.v5i2.5833>

- Khamis, S. (2017). Self-branding, “micro-celebrity” and the rise of Social Media Influencers. *Celebrity Studies*, 8(2), 191–208.
<https://doi.org/10.1080/19392397.2016.1218292>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.* Mowen, J. C., & Micheal, M. (2012). *Perilaku Konsumen. Jakarta: Erlangga.* 4(1), 26–37.
- Kurniawati, Anna, and Nafiah Ariyani. "Strategi promosi penjualan pada marketplace shopee." *Propaganda* 2.1 (2022): 65-79.
- Kuspriyono, T. (2017). Pengaruh Promosi Online dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian. *Perspektif*, XV(2), 147–154.
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/perspektif/article/download/2231/1622>
- Luthfiana, Nadya Andika, and Sudharto Prawata Hadi. "Pengaruh Promosi Penjualan dan E-service Quality Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Pembeli di Marketplace Shopee)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 8.2 (2019): 97-104.
- Nuraeni, Yuni Siti, and Dwi Irawati. "Pengaruh Online Customer Review, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ubsi)." *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen* 9.4 (2021): 439-450.
- Magister,), Administrasi, I., Fakultas, B., Politik, I., Sosial, D. I., Fakultas,), Brigjen, J., Hasan, H., & Banjarmasin, B. (2020). ANALISIS PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA SEPEDA MOTOR HONDA SCOOPY DI KOTA PURUK CAHU Nurhayati 1) , Agus Febrianto 2) dan Rasyidi 3). *Edisi Juli-Desember*, 9(2).

- Mayangsari, Mayangsari, and Siti Aminah. "Pengaruh Penilaian Produk, Promosi dan Layanan COD (Bayar di Tempat) Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee di Sidoarjo." *Ekonomis: Journal of Economics and Business* 6.2 (2022): 498-505.
- Muchlisin, M. K. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi Dan Bisnis Umsu). *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan*, 7–28. <http://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/moluccamed>
- Mulyati & Jaya, 2020. (2022). *PEMBELIAN (Studi Kasus pada pengguna Samsung Galaxy S20 Series di Indonesia)*. 12(2).
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, dan HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>
- Ofori, D. a., Anjarwalla, P., Mwaura, L., Jamnadass, R., Stevenson, P. C., Smith, P., Koch, W., Kukula-Koch, W., Marzec, Z., Kasperek, E., Wyszogrodzka-Koma, L., Szwerc, W., Asakawa, Y., Moradi, S., Barati, A., Khayyat, S. a., Roselin, L. S., Jaafar, F. M., Osman, C. P., ... Slaton, N. (2020). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における 健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Molecules*, 2(1), 1–12. <http://clik.dva.gov.au/rehabilitation-library/1-introduction-rehabilitation>
- Perbawasari, S., Sjachro, D. W., Setianti, Y., Nugraha, A. R., & Muda, I. (2019). Halal tourism communication formation model in west Java, Indonesia.

Geojournal of Tourism and Geosites, 25(2), 309–320.
<https://doi.org/10.30892/gtg.25203-361>

Permatasari, Lisa Dewi, and Suryono Budi Santosa. "Pengaruh Review Konsumen, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Marketplace Shopee Di Kota Semarang)." *Diponegoro Journal of Management* 10.6 (2021).

PRASETYONO, ALIFIAN SUGENG. *PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE SHOPEE*. Diss. Universitas Narotama, 2021.

Pratiwi, N. R., Pradiani, T., & Alamsyah, A. R. (2021). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening (studi kasus pada Zama Homewear Malang). *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 18–27.

Priansa, 2017. (2019). Landasan Teori (Strategi pemasaran). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 12–19.

Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah. (2020). Pengaruh Harga , Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 1–10.

Pulungan, Asrina. *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee (studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan)*. Diss. IAIN Padangsidempuan, 2021.

Putra, Eko. "Pengaruh Promosi Melalui Sosial Media Dan Review Produk Pada Marketplace Shopee Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa STIE Pasaman)." *Jurnal Apresiasi Ekonomi* 8.3 (2020): 467-474.

- Putra, Muhammad Rizki Maulana, et al. "Pengaruh Promosi, Fashion Involvement, Dan Shopping Life Style, Dan Impulse Buying Di E-Commerce Shopee." *Revenue: Jurnal Ekonomi Pembangunan dan Ekonomi Islam* 3.02 (2020): 21-29.
- Putra, Ramadani Eka. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE." *SIMPOSIUM NASIONAL MANAJEMEN DAN BISNIS (SIMANIS) dan Call for Paper 1.1* (2022): 490-498.
- Putry, Lanina Novita. *PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (STUDI KASUS PADA PENGGUNA MARKETPLACE SHOPEE DI JOMBANG)*. Diss. STIE PGRI Dewantara Jombang, 2021.
- Rabeta, Y., Eprianti, Y., & Octavian, A. (2020). Analysis Of Factors Affecting Consumer Decision In Making Purchase Of Land In CV. Peintis Kabupaten Musi Rawas. *Jurnal EMBA*, 8(4), 79–89.
- Rajagukguk, Peter, Hardani Hardani, and Ferry Kartawijaya. "Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian online pada Marketplace Shopee Paska Pandemic Covid-19." *Jurnal Administrasi Bisnis* 2.1 (2022): 28-34.
- RAMADHAN, RIZKY SATYA. *Pengaruh Promosi Gratis Ongkos Kirim Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa di Yogyakarta*. Diss. Universitas Gadjah Mada, 2018.
- Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 7–8.
- Renaldy, Bima. *ANALISIS PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, KEAMANAN BERBELANJA DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ONLINE PADA MARKETPLACE SHOPEE.(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)*. Diss. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, 2020.

- Rohmatilah, Nurhadiani. *PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMO GRATIS ONGKIR TERHADAP KEPUTUSAN IMPULSE BUYING DI MARKETPLACE SHOPEE (Studi Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Siliwangi)*. Diss. Universitas Siliwangi, 2022.
- Rozi, I. A., & Khuzaini. (2021). Pengaruh Harga Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10, 1–20.
- S, R. M. A., Dhameria, V., & Pratiwi, E. (2021). *The Effect of Promotions Through Instagram Social Media on Purchase Decisions at the Shopee Marketplace*. 5(36), 1578–1583.
- Salsyabila, S. R., Pradipta, A. R., & Kusnanto, D. (2021). Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap impulsive buying pada marketplace shopee. *Manajemen*, 13(1), 37–46.
- Salsyabila, Shafira Ramadhanti, Aditya Ryan Pradipta, and Danang Kusnanto. "Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat beli pada marketplace shopee." *Jurnal Manajemen* 13.1 (2021): 37-46.
- SANDIKA, I. KOMANG. *PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMBELI PADA MARKETPLACE SHOPEE DI KOTA PALU*. Diss. Universitas Tadulako, 2020.
- SARI, EVITA. "Pengaruh Promosi Gratis Ongkos Kirim, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Hkbp Nommensen Medan)." (2022).
- Sari, Fanti Puspita, and Rony Kurniawan. "PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN ULASAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE." *SIMPOSIUM NASIONAL*

MANAJEMEN DAN BISNIS (SIMANIS) dan Call for Paper 1.1 (2022): 464-474.

Setiawati, M., & Rudolf, L. (2017). Pengaruh Promosi Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato Yang Dimediasi Oleh Brand Awareness. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 12(1), 75–88.

Setyowati, D., & Suryoko, S. (2020). PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI E-TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi pada Pengguna Situs BukaLapak di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 251–260. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26331>

Siahaan, M., & Christiani, D. (2021). *THE EFFECT OF PRICES AND PROMOTIONS ON PURCHASE DECISIONS AT SHOPEE (CASE STUDY OF BHAYANGKARA UNIVERSITY JAKARTA RAYA)*. 1(3), 253–268.

Silaban, B. E., Rosdiana, D., Nusantara, I. B., Silaban, B. E., Pengaruh, R., & Layanan, K. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Promosi*. 23(3), 202–224.

Sopuroh, Siti, and Hendri Tanjung. "Pengaruh Bauran Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee Dalam Perspektif Islam." *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5.2 (2023): 730-744.

Sukmawati, Bunga Syafira Nugraha, and Cut Irna Setiawati. "Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee." *eProceedings of Management* 8.4 (2021).

Tulangow, S. G., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian PT. Shopee International Indonesia Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(3), 35. <https://doi.org/10.35797/jab.9.3.2019.25129.35-43>

- Ubaidillah, M., & Syah Aji, R. H. (2020). Tinjauan Atas Implementasi Perpanjangan Masa Angsuran Untuk Pembiayaan Di Bank Syariah Pada Situasi Pandemi Covid-19. *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 6(1), 1–16. <https://doi.org/10.36908/isbank.v6i1.159>
- Utari, M. C., Nuringwahyu, S., & Krisdianto, D. (2022). *THE INFLUENCE OF PROMOTION , BRAND AWARENESS , AND BRAND AMBASSADORS ON PURCHASE DECISIONS ON THE SHOPEE MARKETPLACE (Case Study of the Community of Jogosari Village , Pandaan District , Pasuruan Regency)*. 1(4), 199–208.
- Wahyudha, Anugrah, and Irda Irda. *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA MARKETPLACE SHOPEE (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bung Hatta)*. Diss. Universitas Bung Hatta, 2022.
- Widiastuti, Sari, and Donni Juni Priansa. "Analisis Promosi Penjualan Kupon Gratis Ongkos Kirim terhadap Perilaku Konsumtif (Survei pada Konsumen Marketplace Shopee di Kota Bandung Tahun 2021)." *eProceedings of Applied Science* 7.5 (2021).
- Wulandari, Zanualita, Awin Mulyati, and Endro Tjahjono. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada Marketplace Shopee)." *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis* 6.1 (2020).
- Yahya, Muhammad Zakariyya. *PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE (Studi Kasus Pengguna Marketplace Shopee Masyarakat Kota Bandung)*. Diss. Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widyatama, 2022.

Yulianto, W. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Aleea Shopid Kebumen. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, *1*(2), 168–172. <https://ejournal.seminar-id.com/index.php/jbe/article/view/244>