

DAFTAR PUSTAKA

- Adi., A. (2023). Jumlah Kunjungan *E-Commerce* Semester 1 2023, Shopee Kokoh di Puncak. <https://databoks.katadata.co.id>
- 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.
- Agung & Baroroh. (2022). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Ojek Online Grab. *Jurnal Aplikasi Bisnis*. Vol. 8 (2).
- Ardiansyah, M. F., & Khalid , J. (2022). Pengaruh Promosi , persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Angkringan Nineteen. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 1(100), 1419-1430.
- Asdar, M. (2021). *The Effect of Trust and Price on Purchase Decision Through Brand Image as Intervening Variables (Case Study Of Shopee Users in Makassar City*. *Jurnal Internasional*. <https://doi.org/10.26487/hjabe.v4i1.421>
- Astuti, R., & Abdullah, I. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di Usaha Mikro Kecil Menengah*, 1(0118047804), 1–50.
- Bancin budiman john. (2021). *Citra merek dan word of mouth*.
- Chulaifi, M. I. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Serta Kepercayaan Pada Kepuasan Konsumen*. 4(1), 1–22.
- Dessyaningrum, samsir & Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee. *Journal Of Social Science and Character Education*, 1, 28–38.
- Dendi & sugih. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan Pembelian Melalui Variabel Intervening Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi*. Vol. 4 (2).
- Dewi & 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.

Dhameria, V., & Pratiwi, E. (2021). *The Effect of Promotions Through Instagram Social Media on Purchase Decisions at the Shopee Marketplace*. 5(36), 1578–1583.

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>

Fandy Tjiptono (2017. (2002). *BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1*. 1–64.

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.

Ganesha, T., & Rinanda, S. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada Thrift Store di Instagram. *Jurnal Enterprenuer dan bisnis*. Vol. 1 (2).

Handoko. (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>

Henri. (2018). No Title No Title No Title. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., Silaen, 38–48.

Hery., K. (2021). Faktor Keputusan Pembelian Konsumen Berdasarkan Citra Merek, Persepsi Waktu, dan Layanan Purna Jual di Trading Company. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*. Vol. 2 (2). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v2i2>

Hidayat, Z. H. & S. (2018). Faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merek nike di kota medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 06, 37–43.

Ihul, Andy & Ifayani. (2019). *he Influence of Product Quality and Promotion on Customer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty* PT. Mahakarya Sejahtera Indonesia. *Jurnal Ekonomi*. Vol. 3 (4).

Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: unitomo press.

Istiqomah, M., & Marlana, 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.

Kharisma., A., Eka., K. (2020). Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Ratta Handmade Pekanbaru. *Jurnal Valuta*. Vol. 6 (2).

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.

Kuspriyono, T. (2018). 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](https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/perspektif/article/download/2231/1622)

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>

Perbawasari, S., Sjuchro, 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>

- Priansa, 2017. (2019). Landasan Teori (Strategi pemasaran). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 12–19.
- Prilano, Sudarso, & Fajrillah. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek , Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1(1), 1–18.
- 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.
- 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.
- Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 7–8.
- Rozi, I. A., & Khuzaini. (2021). Pengaruh Harga Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manaemen*, 10, 1–20.
- Tjiptono & 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.
- 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).
- Yulianto, W. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Alea Shopid Kebumen. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(2), 168–172. <https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/jbe/article/view/244>