

DAFTAR PUSTAKA

- (2020), T. F. M. (2022). *Keragaman produk Terhadap Minat Beli Pada Chatime*. <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, 2021). (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, 2021). (2023). *Bab ii kajian pustaka 2.1*. 10–41. (Meme & Byre, 2020). (2021). Analisis Pengaruh Harga 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 coffee. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1(1), 1–18.
- 2020, K. dan A. (2017). 2.1.1.1. 7–32.
- 2021), (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 Keragaman 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. (2020). 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, 2021. (2020). *Winter journal***. 2(1), 215–217. <https://doi.org/10.1090/nml/050/92>
- Arif, D., & Pramestie, D. A. (2021). Pengaruh Harga Dan Review Produk Pada Marketplace 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 USERSIN MAKASSAR CITY).February.

<https://doi.org/10.26487/hjabe.v4i1.421>

- Astuti, R., & Abdullah, I. (2020). Pengaruh Keragaman 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 Harga 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 Pop Ice." *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 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 STARBUCK (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 fore (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Purwokerto)*. Diss. IAIN Purwokerto, 2021.
- Iskandar, D. (2018). *Strategi peningkatan kinerja perusahaan melalui pengelolaan sumber daya manusia dan kepuasan kerja dan dampaknya terhadap produktivitas karyawan*. 23–31.
- 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.
- 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.
- 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 Harga 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)
- 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 Keragaman Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di fore(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 KERAGAMAN PRODUK, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, dan HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi,BisnisDanManajemen)*,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>
- 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 Padangsidimpuan)*. Diss. IAIN Padangsidimpuan, 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 KERAGAMAN 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.
- 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 Coffee shop Paska Pandemic Covid-19." *Jurnal Administrasi Bisnis* 2.1 (2022): 28-34.
- Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 7–8.
- 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 COFFEE SHOP 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 GRABFOOD . *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 Ina 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). PengaruhPromosi

- 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 GRAND CITRA (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).
- 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/2>