

## DAFTAR PUSTAKA

- Azizi Ferdian, Yateno. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk, Diskon dan Tagline 'Gratis Ongkir' terhadap Keputusan Pembelian Pada Market Place Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB, Universitas Muhammadiyah Metro)." *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI* 1(2): 260–77.
- Cahya, nurhajati, Basalamah. 2018. "Pengaruh Diskon, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Jasa Foto Bo Production)." *Jurnal Riset Manajemen* 10(7): 132–43.
- Dessyaningrum, Cici, Samsir, dan Efni Yulia. 2020. "Pengaruh kualitas mobile, harga, dan kualitas produk dengan kepercayaan pelanggan sebagai variabel moderasi terhadap keputusan pembelian online situs shopee." *Tepak Manajemen Bisnis* XII(3): 439–539.
- Dewi, Indri Kartika, dan Andriani Kusumawati. 2018. "Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan Bisnis Online." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 56(1): 155–63. [administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id](http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id).
- Gading Hidayat, C. Rahman, Sity Aisah. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan 2016-2018)." *Jurnal Riset Manajemen* 151(2): 10–17.
- Heryanto, C. Rahman, Sity Aisah. 2020. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Bukalapak (Studi Kasus Mahasiswa Feb Angkatan 2016 Universitas Islam Malang)." *Jurnal Riset Manajemen* 151(5): 82–94.
- Labesi, C. L. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Pajero Pada PT. Makassar Mandiri Putra Utama. *Jurnal EMBA*, 7(3), 3778–3738.
- Nasution, Siti Lam'ah, Christine Herawati Limbong, dan Denny Ammari Ramadhan. 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.
- Patrikha, Nunung Wahyu Sriningsih; Finisica Dwijayati. 2020. "Pengaruh Strategi Promosi Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Moderasi Kepercayaan Di

Marketplace Shoppe.” *Tata Niaga (JPTN)* 6(3): 3–6.

Rani, Nur Rohmah Maharani & Shinta Dewi. 2019. “Pengaruh Celebgram Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening.” *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. X, No: 643–49.

Safuan, Nur Mochammad Ilyas. 2018. “Pengaruh Kualitas Website, Diskon, dan Kesadaran Terhadap Keputusan Pembelian di Zalora (Studi pada Mahasiswa STIESIA Surabaya).” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 7(10): 2461–0596.

Salsyabila, Shafira Ramadhanti, Aditya Ryan Pradipta, dan Danang Kusnanto. 2021. “Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat beli pada marketplace shopee.” *Manajemen* 13(1): 37–46. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>

Solihin, Dede. 2020. “Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening.” *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi* 4(1): 38–51.

Sugiyono, P. D. (2017a). *Metode Penelitian Bisnis*. (Suryandari Sofa Yustiyani, Ed.)(Edisi 3). Bandung.

Sugiyono, P. D. (2017b). *Metode Penelitian Kebijakan*.

Yenni Sofiana Tambunan, Maya Kumala Sari. 2020. “pengaruh pemberian diskon dan kualitas produk terhadap minat belikonsumen pada usaha dagang wira jaya sibolga.” *Jurnal AKSARA PUBLIC* 4(3): 134–46.