

DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. A. Burhan, “Shopee Berencana Tetap Gencar Promosi Setelah Pandemi Corona Usai,” Katadata, 15 Oktober 2020. [Online]. Available: <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5f8833d1ac4dc/shopee-berencana-tetap-gencar-promosi-setelah-pandemi-corona-usai>. [Diakses 18 Juli 2022].
- [2] T. Santia, “Riset: Penjualan E-Commerce Selama Pandemi Didominasi Produk Fesyen,” Liputan6, 17 Sep 2020. [Online]. Available: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4359005/riset-penjualan-e-commerce-selama-pandemi-didominasi-produk-fesyen>. [Diakses 18 July 2022].
- [3] D. I. Pernama, “Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lantai Kayu dan Pintu PT. Piji di Jawa Timur,” *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, vol. II, no. 1, pp. 116-123, 2017.
- [4] R. F. A. Pasaribu, I. L. Sianipar, Y. F. Siagian dan V. Sartika, “Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Soyjoy PT. Amerta Indah Otsuka Kota Medan,” *Jurnal Manajemen*, vol. V, no. 1, pp. 45-52, 2019.
- [5] K. Prilano, A. Sudarso dan F. , “Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada Studi Kasus Masyarakat Lingkungan 19 di Kecamatan Tanjung Mulia, Kabupaten Medan Deli,” *Journal of Business and Economics Research*, vol. I, no. 1, pp. 1-10, 2020.
- [6] M. A. Nasution, “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Dyza Sejahtera Medan,” *Majalah Ilmiah Warta Dharmawangsa*, vol. XIII, no. 1, pp. 59-77, 2019.
- [7] A. E. Nasution, L. P. Putri dan M. T. Lesmana, “Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan,” *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, vol. I, no. 1, pp. 194-199, 2019.
- [8] A. Pramono, A. Eldine dan L. Muniroh, “Pengaruh Harga, Ulasan, dan Tampilan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Produk Casing Custom Rendevous Industries di Tokopedia,” *Jurnal Ilmu Manajemen*, vol. III, no. 3, pp. 421-432, 2020.
- [9] I. Khafidatul dan I. Krshermawan, “Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee di Mojokerto,” *MAKER*, vol. VI, no. 1, pp. 31-42, 2020.
- [10] S. G. Tulanggow, T. M. Tumbel dan O. Walangitan, “Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian PT. Shopee Internasional Indonesia Di Kota Manado,” *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. IX, no. 3, pp. 35-43, 2019.
- [11] M. Indrasari, Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan, Jawa Timur: Unitomo Press, 2019.
- [12] A. Shinta, Manajemen Pemasaran, Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011.
- [13] M. A. Firmansyah, Pemasaran (Dasar dan Konsep), Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Medan, 2019.
- [14] D. J. Priansa, Perilaku Konsumen dalam persaingan Bisnis Kontemporer, Bandung : Alfabeta, 2017.

- [15] A. Nazarudin, N. L. W. S. Telagawathi dan G. P. A. J. Susila, "Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen," *Bisma*, vol. V, no. 1, pp. 17-25, 2019.
- [16] A. Hasan, *Marketing*, Yogyakarta: MedPress, 2008.
- [17] H. Poltak dan d. , *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, Bandung: Media Sains Indonesia, 2021.
- [18] A. A. R. P. Sari dan N. N. K. Yasa, *Kepercayaan Pelanggan Di Antara Hubungan Citra Perusahaan Dan Kewajaran Harga Dengan Loyalitas Pelanggan*, Klaten: Lakkeisha, 2020.
- [19] F. Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi III*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008.
- [20] P. Kotler dan K. L. Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2008.
- [21] R. Tanjung, J. Simarmata, A. Sudarso dan dkk, *Manajemen Bisnis Pemasaran*, Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- [22] P. Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*, Jakarta: Erlangga, 1996.
- [23] F. V. Sudjatmika, "Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia.Com," *Agora*, vol. V, no. 1, pp. 56-63, 2017.
- [24] A. Khowin, F. P. Nuriska dan L. Nirawati, "Pengaruh Kepercayaan dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Emina Pada Official Store Shopee di Kota Surabaya," *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, vol. II, no. 2, pp. 62-75, 2020.
- [25] G. Lackermair, D. Kailer dan K. Kanmaz, *Importance Of Online Product Reviews From A Consumer's Perspective*, Germany: Munich University of Applied Sciences, 2013.
- [26] P. Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2009.
- [27] S. S. Sitompul, "Model Analisis Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Xiaomi Smartphone Pada Asia Ponsel Pekanbaru," *Costing*, vol. II, no. 2, pp. 95-106, 2019.
- [28] Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2015.
- [29] M. Jaya, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020.
- [30] H. I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.