

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Mujib. (2022). *Manajemen Pemasaran Syariah: Strategi Promosi Produk Pembiayaan Bank Syariah*. Surabaya: UM Surabaya Publishing.
- Achmad Rizal. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Adrian, Christophorus Indra Wahyu Putra, Jumawan, M. F. Nursal. (2022). *Perilaku Konsumen*. (E. D. W. Risman Iye, Ed.). Malang: Rena Cipta Mandiri.
- Amelia Setyawati. (2022). *Manajemen Pemasaran di Era Bisnis Yang Serba Cepat*. Malang: Media Nusa Creative.
- Arianty, N. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Medan: Perdana Publishing.
- Aris Purwantinah. (2021). *Pengelolaan Bisnis Ritel*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Asriman A. Tanjung. (2017). *Cara Benar Meraih Sukses di Bisnis Developer Properti*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Asti Musman. (2023). *The Art Of Copywriting*. Yogyakarta: PT Anak Hebat Indonesia.
- Ayumi, B., & Budiarmo, A. (2021). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Hypermart Paragon Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(2), 1169–1176. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.31511>
- Bambang Irawan, Indra Sani, Wenny Desty Febrian, Zunan Setiawan, Akmal Abdullah, Mohammad Wasil, Aprizal, Dewi Alima Nostalia Suseono, Novi Rahayu, Soeharjoto, Najirah Umar, Siti Chasanah, Ana Fitriyatul Bilgies, L. T. H. (2023). *Konsep Dasar E-Business*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Bambang Kurniawan, Wawanudin, Budi Satriyo, M. C. D. (2023). *Strategi Promosi Investasi di Masa Pandemi dan New Normal*. Tangerang: Indigo Media.
- Bayu Budiharjo, N. S. A. R. B. D. M. A. N. (2023). *Memukau Khalayak dengan Buklet Promosi Pariwisata Dwibahasa*. Deepublish.
- Bobby Hartanto, & Leni Indriyani. (2022). *Minat Beli di Marketplace Shopee*. (B. Nasution, Ed.). Padang: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Chintya Ones, Mardhatila Fitri Sopali, Omia Crefioza, D. S. P. A. (2023). *Pengantar Bisnis*. (Lailatul Marhamah, Ed.). Solok: Mitra Cendikia Media.
- Desy Wijaya. (2020). *Marketplace Pedia*. (Laksana, Ed.) (Cetakan Pe). Yogyakarta: 16 Desember 2020. Retrieved from https://www.google.co.id/books/edition/Marketplace_Pedia/wjQnEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Dewi Laela Hilyati, A. F. S. (2022). *Manajemen Keuangan Pesantren*. (S. Riyaldi, Ed.). Banyumas: Wawasan Ilmu.
- Edy Sulistiyawan, W. Y. A. (2023). *Marketing Strategi*. Banyumas: CV Pena Persada.
- Erna Setijani, Pudjo Sugito, S. (2019). *Manajemen Bisnis Three Pillars of Business Approach*. (Tim MNC Publishing, Ed.). Malang: Media Nusa Creative.
- Fitri Mareta, H. (2022). *Fintech Untuk Kepatuhan Pajak*. (Aryan Danil Mirza, Ed.). Sukabumi: CV Jejak.

- Foeh, J. E. H. ., & Thifal Nur Aini, R. (2023). Pengaruh Periklanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening pada Produk Teh Botol Sosro di Tokma Cibitung (Studi Kajian Pustaka). *JEMSI: Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 4(3), 587–597. Retrieved from <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Ghozali. (2021). *aplikasi Analisis Multivariate dengan Progra IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>
- H. Effendie. (2017). *Keuangan Negara Suatu Tinjauan Komprehensif dan Terpadu*. Surabaya: Airlangga University Press.
- H. Imam Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- H. Imam Ghozali. (2020). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 (2nd ed)*. Universitas Diponegoro.
- Halifa Haqqi, H. W. (2021). *Revolusi Industri 4.0 di Tengah Society 5.0: Sebuah Integrasi Ruang, Terobosan Teknologi, dan Transformasi Kehidupan di Era Disruptif*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Hilmawan, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Vario Di Kota Serang). *Jurnal Elektronik Rekaman (Riset Ekonomi Bidang Manajemen Dan Akuntansi) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo*, 3 (3), 154–166.
- Hutri, E.D., Y. R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan pembelian Sepeda Motor Suzuki Dengan Minat Beli Sebagai Variable Intervening.
- Idham Khalik. (2022). *Penetapan Atribut Produk dan Harga Terhadap Penciptaan Nilai Serta Dampaknya Pada Kinerja Pemasaran*. (A. A. Musyaffa, Ed.). Cirebon.
- Joko Tri Nugraha, Tarmizi Achmad, Hardi Warsono, T. Y. (2023). *E-Government Dalam Perspektif Pengguna: Konsep, Teori, dan Perkembangannya*. Yogyakarta: Stiletto Book.
- Jumaidi. (2022). *Manajemen Pemasaran Terpadu: Upaya Mewujudkan Loyalitas*. Jawa Tengah: Cv Sarnu Untung.
- Khoirun Nisa Bahri. (2023). *Langkah Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Online Produk UMKM Fesyen Hijab*. (Nisma Iriani, Ed.). Rizmedia Pustaka Indonesia.
- Kusuma Wijaya, Frans Sudirjo, Rusydi Fauzan, Agus Hitopa, Yasinta Soelasih, NI Luh Ketut, Ayu Sudha Sucandrawati, Mohammad Athian Manan, Achmad Choerudin, I. N. (2023). *Manajemen Pemasaran Lanjutan*. (Ariyanto, Ed.). Padang: Global Eksekutif Teknologi.
- Laela, M. A. (2022). *Manajemen Pemasaran Digital Kunc Sukses Masa Depan*. (Aditya Halim Perdana Kusuma Putra, Ed.). Pekalongan: PT Nasya Expanding Management.
- Maria Fitriah. (2018). *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. (I. N. Dwi Novidianto, Ed.). Yogyakarta: Deepublish.
- Maziyah, N., Nuringwahyu, S., Zunaida Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, D., & Ilmu Administrasi, F. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Kemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce (Studi Pada Pengguna Shopee Di Kota

- Malang). *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga Bisnis*, 10(1), 49–55.
- Meithiana Indrasari. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Miguna Astuti, Rosali Sembiring, J. G. A. (2023). *Strategi Pemasaran Digital dan Perilaku Teknologi pada Society 4.0*. (Marlina, Ed.). Yogyakarta: Deepublish.
- Mita, M., Pranatasari, F. D., & Kristia, K. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan, dan Ulasan Konsumen Daring Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 548–557. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.204>
- Muhammad Wandisyah R. Hutagalung. (2021). *Analisis Pembiayaan Bank Syariah*. Medan: Merdeka Kreasi Group.
- Mujito, Hari Muhamaram, D. (2023). *Manajemen Pemasaran Sebuah Pengantar Untuk Pemula*. Tasikmalaya: Edu Publisher.
- Mukhidah Hanum Siregar, Ratna Susanti, Ratna Indriawati, Yuanita Panma, Dewi Yuliani Hanaruddin, Ardian Adhiwijaya, Hairil akbar, Agustawan, Danang Prawira Nugraha, R. R. (2021). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. (Yohannes Paulus Pati Rangga, Ed.). Pidie Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan, dan Karakteristik Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 212 Mart di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199. Retrieved from <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/3594>
- Neneng Kartika Rini. (2022). *Pemasaran Agribisnis*. Pasaman Barat: Cv Azka Pustaka.
- Ni Luh Putu Gede Maharupa Asmarina, Ni Kerti Yasa, N. W. E. (2022). *Pengaruh Perceived Of Use dan Percerved Usefulness Terhadap Minat Beli Kembali*. Tangerang: Pascal Books, PT Mediatama Digital Cendikia.
- Ni Made Widnyani, Vitalia Fina Carla Rettobjaan, N. B. A. (2022). *Syarat Cinta Buat Go-jek: Apa yang Membuat Orang Tetap Setia pada Go-jek*. (I. B. A. L. Manuaba, Ed.). Badung: Nilacakra Publishing House.
- Nugroho, I. A., & Nur Laily. (2022). Pengaruh Promosi dan Kemudahan Akses Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(7), 1–17.
- Nur Kholidah, M. A. (2020). *Faktor-faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal*. (Mohammad Nasrudin, Ed.). Pekalongan: PT Nasya Expanding Management.
- Nurmin Arianto. (2022). *Manajemen Pemasaran*. (Nurdinni Tilova, Ed.). Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Nurul Huda, Khamim Hudori, Rixal Fahievi, Badrusa'diyah, Daya Mazaya, D. S. (2017). *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*. Cimanggis: Kencana.
- Paramita, A., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literatute Review Manajemen Pemasaran). *JMPIS Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 660–669. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1128>
- Putu Ika Wahyuni, Anak Agung Gede Sumanjaya, S. G. (2022). *Teori dan Profil Kewirausahaan Bidang Teknik Sipil*. (M. Poppy Indrayani, Ed.) (Cetakan pe). Makassar: Juni 2022. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=o->

cweaaaqbaj&pg=pp1&dq=putu+ika+wahyuni&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=x&ved=2ahukewjtwykunombaxu3zdggw7pdaoq6w6bagkeau#v=onepage&q=putu ika wahyuni&f=false

Rahmad Wijaya, Imania Djati Yuliana, Yulist Rima Fiandari, Ardik Praharjo, L. D. H. (2022). *Mengulik Bisnis Transmart Carrefour*. Malang: Pustaka Peradaban.

Rinnanik, Eka Pariyanti, Syaiful Bakhri, Buchori, Susi Sulastri, Dede, Tri Mardiono, Sugiono, Miswan Gumanti, M. (2021). *Ilmu Manajemen di Era 4.0*. Indramayu: CV Adanu Abimata.

Rismaya, T., Muslim, U. B., & Shiddieqy, H. A. (2022). Analisis Mengenai Pengaruh Promosi, Kepercayaan, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce Ditinjau Dari Sudut Pandang Syariah (Studi Pada Pengguna Shopee). *Sahid Business Journal*, 1(01), 49–60. <https://doi.org/10.56406/sahidbusinessjournal.v1i01.12>

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.

Samirudin. (2023). *Manajemen Pemasaran Dan Nilai Pelanggan*. Makassar: PT Nas Media Indonesia.

Sapri, A. M. H. D. (2022). *Pelayanan Publik Implementasi dan Aktualisasi*. Penerbit Qiara Media.

Singgih Riphath. (2021). *Pajak E-commerce: Sebuah Regulasi Perpajakan Bagi Pelaku Bisnis*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Siska Yuli Anita, Eky Endriana Amiruddin, Risa Wahyuni, Liliek Budiastuti Wiratmo, Fahrina Mustafa, Fatria Khairo, Shinta Rahmani, Dewi Puspasari, Agus Suyatno, Muhammad Ifan Fadillah, Ketlin Aprijane Adam, Nunung Nurhayati, Maria Puspitasari, F. A. (2023). *Perilaku Konsumen*. (M. A. Wardana, Ed.). Badung: Intelektual Manifes Media.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019b). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (2nd ed)*. Alfabeta.

Taan, H. (2021). Kemudahan Penggunaan dan Harga Terhadap Minat Beli Online Konsumen. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 89. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v8i1.19502>

Teguh, K. R. (2022). Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minyak Goreng Kedelai Misoya Di Pt. Sari Sarana Kimiatama Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 92–111. <https://doi.org/10.32815/jubis.v3i1.1090>

Tusyanah. (2022). *Eksplorasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Adopsi Transaksi Nontunai Dengan Model Utaut pada Generasi Milenial*. Penerbit Qiara Media.

Untung Rahardja, Sudaryono, M. H. R. C. (2023). *Statistik Deskriptif: Teori, Rumus, Kasus Untuk Penelitian*. (Y. Qurotul Aini, Dewi Khairini, Ed.). Asosiasi Pendidikan Tinggi Informatika dan Komputer.

Waluyo, L. (2021). *Pengantar Komunikasi Pemasaran Digital*. Malang: Mazda Media.

Windadari Murni Hartati, Christina Roosarjani, Y. A. D. (2019). *Buku Ajar Teknologi Bank Darah (TBD): Metodologi Penelitian dan Statistik*. : Kementerian Kesehatan Republik

Indonesia.

Yosef Tonce, Y. D. P. R. (2020). *Minat dan Keputusan Pembelian: Tinjauan Melalui Persepsi Harga & Kualitas Produk* (Kodri). Indramayu: CV Adanu Abimata.

Yunita, R. D., Yulianeu, Tri, A. H., & Gagah, E. (2017). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Secara Online dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Management*, 3(3), 1–7.

Zul Rachmat, Yongker Baali, Arief Yanto Rukmana, Almansyah Rundu Wonua, Frans Sudirjo, Unang Toto Handiman, Adi Ekopriyonno, I. A. I. (2023). *Pengembangan Kewirausahaan*. (Diana Purnama Sari, Ed.). Get Press Indonesia.

