

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] "Statistik E-Commerce 2020," Badan Pusat Statistik, 14 Desember 2020. [Online]. Available:  
<https://www.bps.go.id/publication/2020/12/24/2548417ddc6dab8247553124/statistik-e-commerce-2020.html>. [Accessed 20 Mei 2021].
- [2] M. & A. N. M. Fajar, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi Terhadap Pembelian Produk Santary Ware Toto di Kota Denpasar," *E-Jurnal Manajemen*, vol. 7, no. 1, pp. 441-449, 2018.
- [3] C. J. S. J. & L. S. Gerung, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada PT. Wahana Wirawan Manado," *Jurnal EMBA*, vol. 5, no. 2, pp. 2221-2229, 2017.
- [4] W. & S. Kasanti, "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Safety Merek Proguard pada PT AIM Safety Indonesia," *AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, vol. 4, no. 1, pp. 43-51, 2019.
- [5] & L. Sudarwanto., "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani Di Butik QTA Ponorogo," *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, vol. 6, no. 1, pp. 1-9, 2018.
- [6] M. & W. D. U. Janah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dewi Hijab," *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, vol. 6, no. 4, pp. 1-20, 2017.
- [7] N. Arianto, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Pada Samsung Store Mall Bintaro Exchange," *Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma*, vol. 1, no. 3, pp. 1-14, 2018.
- [8] Pandelawang, "Kebijakan Bauran Pemasaran Pada Supermarket Kaisar Cabang Siantan Di Pontianak," *Jurnal Bisma*, vol. 1, no. 9, pp. 1960-1971, 2017.
- [9] Permana, "Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lantai Kayu Dan Pintu PT.Piji Di Jawa Timur," *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, vol. 2, no. 1, pp. 1-8, 2020.

- [10] P. & L. Nasution, "Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan," *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, vol. 1, no. 1, pp. 94-199, 2019.
- [11] Q. & S. Yanuar, "Dampak Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Optik Marlin Cabang Jember," *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, vol. 3, no. 1, pp. 61-80, 2017.
- [12] & T. A. Warnadi, *Manajemen Pemasaran*, Sleman: Deepublish, 2019.
- [13] M. A. Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*, Pasuruan: Qiara Medika, 2019.
- [14] H. Sudarsono, *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*, Jember: CV Pustaka Abadi, 2020.
- [15] Zainurrosalamia, *Manajemen Pemasaran*, Nusa Tenggara Barat: Forum Pemuda Aswaja, 2020.
- [16] R. & A. M. Z. Suprpto, *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*, Ponorogo: Myria Publisher, 2020.
- [17] H. N. & P. T. P. Limakrisna, *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2019 .
- [18] N. M. & A. H. Ropiani, *Komunikasi Bisnis Kewirausahaan dalam Islam*, Yogyakarta: Parama Ilmu, 2019.
- [19] T. F. Musfar, *Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*, Bandung: Media Sains Indonesia, 2020 .
- [20] I. Djunaid, "Analisis Bauran Pemasaran (Marketing mix) Jasa Penginapan Berbasis Syariah Di Hotel Sofyan Inn Srigunting Bogor," *Jurnal Fame*, vol. 1, no. 1, pp. 1-43, 2018.
- [21] F. K. A. Z. E. M. B. S. A. P. B. S. D. L. N. V. Halim, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- [22] A. & R. S. S. Ristansi, "Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic di Surabaya," *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, vol. 8, no. 3, pp. 1026-1037, 2020.
- [23] H. D. S. & B. V. Arwin., "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Sari Melati Kencana Pematangsiantar," 2020, Vols. 3, , no. 1, pp. 189-

- 198, *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah (JESYA)*.
- [24] F. E. S. A. R. L. M. & L. W. Wijaya, "Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Medan Jaya Pangan Mutu," *2021*, vol. 3, no. 3, pp. 934-943, *Journal of Education, Humaniora, and Social Science (JEHSS)*.
- [25] N. & A. M. Kholidah, *Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal*, Pekalongan: Penerbit NEM, 2020.
- [26] M. A. Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.
- [27] H. M. & S. M. Saleh, *Konsep dan Strategi Pemasaran*, Makassar: CV Sah Media, 2019.
- [28] D. J. Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- [29] S. D. & S. L. Pratiwi, "Strategi Pemasaran Produk Rangka Atap Baja Ringan Pada PT. Hari Rezeki Kita Semua Pekanbaru," *Jurnal Valuta*, vol. 3, no. 2, pp. 241-275, 2017.
- [30] T. Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa (2nd ed)*, Jakarta: Indeks, 2018.
- [31] M. Sutio, "Pengaruh Tingkatan Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan (The Effect Of Product Level On Customer Loyalty)," *Jurnal Digest Marketing*, vol. 3, no. 1, pp. 53-58, 2018.
- [32] A. S. A. T. M. M. S. H. M. P. S. L. P. B. M. S. O. Wirapraja, *Manajemen Pemasaran Perusahaan*, Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- [33] F. Akbarina, *Pengantar Bisnis*, Malang: Polinema Press, 2018).
- [34] H. D. S. & B. V. Arwin., "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Sari Melati Kencana Pematangsiantar," *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah (JESYA)*, vol. 3, no. 1, pp. 189-198, 2020.
- [35] A. & B. K. Monika, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kue Bay Tat Chanaya di Kota Bengkulu," *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis (JMMIB)*, vol. 1, no. 2, pp. 174-182, 2020.
- [36] M. N. S. & H. R. N. Rahmadanni, "Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online di Situs Traveloka.com," *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis (JAGABI)*, vol. 10, no. 1, pp. 102-109, 2021.

- [37] R. Ilyas, "Konsep Uang Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, vol. 4, no. 1, pp. 35-57, 2016.
- [38] H. B. Alma, *Manajemen Pemasaran dan Manajemen Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- [39] Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, Yogyakarta: CV Andi, 2016).
- [40] M. Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- [41] S. & S. A. Rahayu, "Strategi Penetapan Harga Dies Dengan Metode Menekan Biaya dan Maksimumkan Keuntungan," *Jurnal Administrasi Kantor*, vol. 5, no. 1, pp. 199-208, 2017.
- [42] L. Y. Abadi, "Evaluasi Strategi Penetapan Harga Jual Dalam Bisnis Gourmet Land Café," *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, vol. 1, no. 1, pp. 1-6, 2016.
- [43] G. E. Riyono & Budiharja, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati," *Jurnal STIE Semarang*, vol. 8, no. 2, pp. 92-121, 2016.
- [44] N. A. R. R. & K. A. R. Kadir, "Pengaruh Personal Selling Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi PT.QBE General Insurance Indonesia Cabang Makassar.," *Hasanuddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship*, vol. 2, no. 3, pp. 92-108, 2019.
- [45] A. N. A. & S. D. Ariyanto, "Pengaruh Store Atmosphere dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Alfamart BSD Tangerang Selatan," *Jurnal Ekonomi Efektif*, vol. 3, no. 1, pp. 29-36, 2020.
- [46] G. Tjiotono & Chandra, *Pemasaran Strategik (2nd ed)*, Yogyakarta: CV Andi, 2021.
- [47] F. & S. Muzaqqi, "Pengaruh Kesadaran Merek, Kesan Kualitas, Asosiasi Merek Dan Loyalitas Merek Terhadap Ekuitas Merek (Survei pada Konsumen Pembeli dan Pengguna Produk Sari Apel SIPLAH di Perumahan Saxophone Kecamatan Lowokwaru Kota Malang)," *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, vol. 31, no. 1, pp. 26-34, 2016.
- [48] Suwarno., "Implementasi Strategi Bertahan Dan Menyerang Untuk Keberhasilan Perusahaan Pelayaran Niaga Nasional Indonesia," *2016*, vol. 15, no. 2, pp. 1-16, *Jurnal Sains Dan Teknologi Maritim*.
- [49] N. e. al., "Analisis Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Gula Aren Di

- CV. Candela," 2020, vol. 2, no. 1, pp. 44-58, AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional.
- [50] Tambunan., "Pengaruh Periklanan Dan Kualitas Layanan Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen pada PT. Jasa Harapan Barat Medan," *Jurnal Ilmiah Methonomi*, vol. 3, no. 2, pp. 116-123, 2017.
- [51] T. & Karneli., "Pengaruh Sales Promotion dan Service Quality terhadap Minat Beli Konsumen Fast Food (Kasus Penjualan Produk KFC Pada KFC Metropolitan City Pekanbaru)," *JOM FISIP*, vol. 4, no. 1, pp. 1-12, 2017.
- [52] A. A. Anggi, Analisis Pengaruh Harga, Pelayanan, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Alat Elektronik Pada Toko Ardha Elektronik (Skripsi), Surakarta: Universitas Negeri Surakarta, 2016.
- [53] J. A. Lubis, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan (Skripsi), Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2020.
- [54] R. Hidayati, "Pengaruh Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Televisi Merek LG Pada Toko Citra Elektronik Luwuk," *Jurnal Ilmiah Manajemen EMOR (Ekonomi Manajemen Orientasi Riset)*, vol. 3, no. 2, pp. 89-106, 2020.
- [55] Z. Arifin, Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android Xiaomi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember (Skripsi), Jember: Universitas Jember, 2019.
- [56] F. X. Febrianto, Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Melalui Media Sosial di Yogyakarta (Skripsi), Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma, 2019.
- [57] Sugiyono., Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung: Alfabeta, 2017.
- [58] L. J. Moeloeng, Metode Penelitian Kualitatif, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017.
- [59] Arikunto., Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Jakarta: Rineka Cipta, 2016.
- [60] N. Martono, Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Data dan Analisis Data Sekunder, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016.
- [61] I. Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.