

## DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, S., & Japarianto, E. (2020). Ngaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Cammerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 36.
- careers, S. (n.d.). Retrieved from <https://careers.shopee.co.id/about>
- Clow, K., & Baack, D. (2018). *Integrated Advertising, Promotion, And Marketing Communications*. Harlow.
- Fajrin, N. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Teputusan Pembelian Ikan Bakar Cianjur Pada Cabang Mayjend Sungkono Surabaya. *jurnal pendidikan tata niaga*, 01(01).
- Farah, W. N. (2017). Analisa Pengaruh Harga, Promosi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian . *openjournal.unpam.ac.id*.
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Trasportasi Online Di Kota Medan. *jurnal.umsu.ac.id*.
- Fatimah, H. N., & Nurtantiono, A. (2022). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Aplikasi Shopee). *jurnal.unismuhpalu.ac.id*, 9(1).
- Fransiska, I., & Madiawati, P. N. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Shopee Di Bandung. *e-Proceeding of Management*, 8(4).
- Ghozali, D. I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *jurnal.umsu.ac.id*.
- Hayati, R. (2022, januari). *pengertian kerangka konsep penelitian, bagian, jenis, tujuan, dan cara membuatnya*. (penelitian ilmiah.com) Retrieved 19 april 2021, from <https://penelitianilmiah.com/kerangka-konsep/>
- Hengky, Novianto, Henly, Puspa, D., & Yulandi, A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pelanggan Di Kota Batam Dalam Membeli Skincare Merek Korea. *openjournal.unpam.ac.id*.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- iprice. (2022, september Kamis). *Peta E-commerce Indonesia*. Retrieved from iprice insights: <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce>
- Irwansyah, R., Listya, k., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., . . . Dkk. (2021). *Perilaku Konsumen*. Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bonjong Emas Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat: Widina Bhakti Persada Bandung.
- J Salusu, M.A. (2015). *Pengambilan Keputusan Stratejik*. Jakarta: grasindo.
- Jaiz, M. (2014). *Jasa-jasa periklanan*. Yogyakarta: Fisip Untirta Press.
- Jasmani. (2018). Pengaruh Promosi Dan Pengembangan Produk Terhadap Peningkatan Hasil Jualan. *users/ploychompo*.
- Khuzaini, A., & Rachman, M. (2017). pengaruh harga, kualitas produk, lokasi, fasilitas terhadap keputusan pembelian. *jurnal ilmu dan riset manajemen*, 6.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing 17/E*. united kingdom.

- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva buku.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Nasution, D. A. (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). *Jurnal ECOBISMA*, 7, 43.
- Natalia, F. R. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pengguna Pasta Gigi Close Up di Kota Ambon). *jptam.org*.
- Noor, H. F., & Nurtantiono, A. (2022). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Aplikasi Shopee). *jurnal.unismuhpalu.ac.id*.
- Pertiwi, N. I. (2017). "Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi". *Ilmiah Dinamika Sosial*, 1.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *perilaku konsumen dan strategi pemasaran. buku 1. edisi 9*. Jakarta: selemba empat.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Raihan. (2017). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: universitas islam Jakarta.
- Ralahallo, N. F. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pengguna Pasta Gigi Close Up di Kota Ambon). *jptam.org*, 5(3).
- Ritonga, H. M., Fikri, M. E., Siregar, N., & Agustin, R. R. (2018). *Manajemen Pemasaran Konsep dan Strategi*. Medan.
- Schiffman, L., & Wisenblit, J. (2015). *Consumer Behavior 11th edition*. Harlow, Essex: Pearson Education Limited.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian Kuantitati, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Surmawan, U. (2015). *perilaku konsumen teori penerapannya dalam pemasaran edisi kedua. cetakan ketiga*. Bogor: Penerbit Gahlia Indonesia.
- Syahrum, & Salim. (2012). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta. *Manajemen Pemasaran*, 9(2).
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta.