

## DAFTAR PUSTAKA

- Adwimurti, Y., & Sumarhadi. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 74–90.
- Affandi, P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator)*.
- Amirullah. (2015). *Pengantar Manajemen*. Mitra Wacana Media.
- Angipora M. P. (2021). *Dasar-Dasar Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- Apriliya, D. (2021). *Pengaruh Faktor Keamanan dan Privasi, Metode Pembayaran, Endorsement, Perceived Value Terhadap Keputusan pembelian Dalam E-commerce*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Raja Grafindo Persada.
- Biago, B., & Massimo, C. (2019). *The Oversight of Payment System*. The World Bank.
- Brigham, & Houston. (2016). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan* (Edisi 11). Salemba Empat.
- Buchari, A. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan. Kesembelian*. Alfabeta.
- Deyto, H. K., Pelliyezer, K. & Permatasari, M. (2020). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hotel Berbintang Tiga Di Kota Palembang. *Jurnal Kepariwisata Dan Hospitalitas*, 4(2), 82–102.
- Dharmmesta, B. S., & Handoko, T. (2012). *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Kanisius.
- Fahmi, I. (2016). *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi*. Alfabeta.
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Managgio, Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148–159.
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148–159. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i1.4941>
- Febrianti, D. D., & Rafiudin, Y. (2024). The Influence of Price, Promotion, Product Quality on Purchasing Decisions at “Mie KBR” Jember. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 7(1), 364–371.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek, Cetakan Pertama*. Qiara Media.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Qiara Media.
- Fitri, M., & Syamsudin, K. (2022). Pengaruh Metode Pembayaran terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa di Marketplace Shopee Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah. *Journal of Sharia and Law*, 1(1), 51–60.
- Heriyanto, Rachma, N., & Aisyah, S. (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 Ilmiah Riset Manajemen*, 9(25), 56–72.
- Kamarudin, A. (2019). *Dasar– dasar Manajemen Investasi*. Rineka Cipta.
- Komariyah, S., & Subiyantoro, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Metode Pembayaran terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Angkatan Tahun 2019-2020). *JURNAL ECONOMINA*, 2(9), 2644–2659.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* (12th Editi). Erlangga.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. CV Al Fath Zumar.
- Maedia, G. O., & Muhiban, A. (2023). The Influence of Online Prices and Promotions on

- Purchase Decisions on the Shopee Marketplace (Case Study at PT. Gucci Ratu Textile, Cimahi City, West Java). *Internasional Journal of Integrative Sciences (IJIS)*, 2(6), 875–898.
- Marius, A. P. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Rajagrafindo Persada.
- Maulana, H. A., & Asra, Y. (2019). Analisa Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce oleh Generasi Z di Daerah Pedesaan. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 7(2), 162. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v7i2.1220>
- Mowen, J. C. (2022). *Perilaku Konsumen*. Erlangga.
- 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.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, 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). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>
- Pohan, A. (2021). *Kerangka Kebijakan Moneter dan Implementasinya di Indonesia*. Rajawali Pers.
- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah. (2020). Pengaruh Harga , Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics*, 1(1), 1–10.
- Putri, D. P., Rismawati, D. A., Lestari, M. A., Pravitasari, N., & Rahmawati, Y. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, Ulasan Produk, Dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace TikTok Shop. *Journal of Mutidisciplinay Studies*, 7(1), 1–26.
- Putri, D. P., Riswati, D. A., & Lestari, M. S. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, Ulasan Produk, Dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace TikTok Shop. *Jurnal Academia*, 7(1), 1–26.
- Shabilla, P. A., Listyorini, S., & Hadi, S. P. (2022). P. A. Shabilla, S. Listyorini, and S. P. Hadi, "Pengaruh Harga, Promosi, dan Kemudahan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Traveloka di Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 605–613.
- Sharen, T., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. (2019). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian PT. Shopee International Indonesia Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 9(3), 35–43.
- Silviasari, S. (2020). Penyelesaian Sengketa Konsumen dan Pelaku Usaha dalam Transaksi ECommerce Melalui Sistem Cash On Delivery. *Jurnal Media of Law and Sharia*, 1(3), 152–161.
- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli dan Testimoni terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1), 21–34.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran. Pustaka Abadi*. Pustaka Abadi.
- Sudaryono. (2021). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. ANDI.
- Sugiyono, S. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Sugiyono, S. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Suparyanto, R. (2019). *Manajemen Pemasaran*. In Media.
- Suryati, L. (2018). *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam meningkatkan*.

- Loyalitas Pelanggan*. Deepublish.
- Susana, F. A., Julianto, D. E., & Suhartono. (2023). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Sumber Makmur Kopi Jember. *Electronical Journal of Social and Political Sciences*, 10(1), 79–88.
- Tjiptadi, M. (2019). *Konsep Pemasaran dan Proses Manajemen Pemasaran*. Universitas Terbuka.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan* (Edisi 1). Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Andi.
- Tritama, A., & Pusporuni, R. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Prooduk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pull&Bear Di Grand Indonesia. *Jurnal Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(1), 447–463.
- Tulangow, S. G., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian PT. Shopee International Indonesia Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(3), 35–43. <https://doi.org/10.35797/jab.9.3.2019.25129.35-43>
- Tussafinah. (2018). Pengaruh Rating dan Ulasan, Jaminan 100% Pengembalian dan Layanan COD atau Bayar di Tempat terhadap Keputusan Pembelian Lazada: studi kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang (Doctoral dissertation, UIN Walisongo Semarang). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 111–120.
- Untoro, J. (2020). *Ekonomi*. Kawahmedia.
- Virginita, R. (2022). The Influence of Prices and Promotions via Social Media on Decisions to Purchase Culinary Products Online during the Covid-19 Pandemic (Study on Students in DIY, Indonesia). *International Journal Administration, Business & Organization*, 3(2), 83–91.
- Yulianto, I. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen ( Studi Kasus Counter Handphone Di Shiba Communication. *Jurnal. Universitas Pandanaran Semarang*, 2(6), 1–12.