

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. F. (2020). The Influence of Product Quality and Price on Purchasing Decisions at Mitraindo South Tangerang Online Shop. *Jurnal Ad'ministrare*, 6(2), 237. <https://doi.org/10.26858/ja.v6i2.13557>
- Albari, & Safitri, I. (2018). The Influence of Product Price on Consumers ' PurchasinSafitri, I. (2018). The Influence of Product Price on Consumers ' Purchasing Decisions. Review of Integrative Business and Economics Research, 7(2), 328–337.g Decisions. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 7(2), 328–337.
- Aryani, L. (2016). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Secara Online Di Online Shop Lazada*. 39–52.
- Catriana, El. (2020, July 6). E-Commerce Mana yang Paling Banyak Digunakan untuk Belanja Online Saat Puasa? *Kompas*. Retrieved from [https://money.kompas.com/read/2020/07/06/081700426/e-commerce-mana-yang-paling-banyak-digunakan-untuk-belanja-online-saat-puasa-?page=all#:~:text=%22Mengapa Shopee menjadi pilihan utama,pada setiap momen%2C%22 katanya](https://money.kompas.com/read/2020/07/06/081700426/e-commerce-mana-yang-paling-banyak-digunakan-untuk-belanja-online-saat-puasa-?page=all#:~:text=%22Mengapa%20Shopee%20menjadi%20pilihan%20utama,pada%20setiap%20momen%2C%22%20katanya.).
- Chaffey, D., & Smith, P. (2017). *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing 5th Edition* (5th ed.). Routledge.
- Devita, V. (2020). Report: Peta Persaingan E-Commerce Indonesia Q4 2020. Retrieved from Iprice website: <https://iprice.co.id/trend/insights/peta-persaingan-e-commerce-2020/>
- Fahrevi, S. R., & Satrio, B. (2018). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Online di Shopee.co.id. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(3), 1–15.
- Ferdinand, A. (2014). *METODE PENELITIAN MANAJEMEN* (5th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)* (4th ed.). Universitas Diponegoro.
- Ilmiyah, K., & Indra, K. (2020). Maker: Jurnal Manajemen Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga Terhadap Marketplace Shopee di Mojekerto. *Jurnal Managemen*, 6(May), 31–42.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). United Kingdom: Pearson Education Limited.

Rizky Dwijantoro, 2021

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen S1

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

- Kotler, P., & Keller, K. (2016a). *Marketing Management Global Edition* (15th ed.). England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016b). *Marketing management, Global Edition* (15. ed). Edinburgh Gate, Harlow: Pearson Education.
- Kurnia, M. R., Djumali, & Istiqomah. (2016). Pengaruh Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Peralatan Olahraga Tenis Meja Oke Sport Di Kecamatan Wonosari. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 24(1), 35.
- Kuswanto, & Vikaliana, R. (2020). *PENGARUH HARGA DAN ULASAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE ( STUDI KASUS PADA TOKO EMERSHOP DI TOKOPEDIA . COM ) 1 Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis , Fakultas Ilmu Administrasi , Institut Ilmu Sosial dan Manajemen Stiarni 2 Program Studi Ma. 6(2), 198–211.*
- Maulana, R. (2021, January 4). Peningkatan Penggunaan E-Commerce disaat Pandemi CoVid-19. *Kompasiana*. Retrieved from <https://www.kompasiana.com/rizkymaulanaalfariz/5ff1fcb18ede483f8763f115/peningkatan-penggunaan-e-commerce-disaat-pandemi-covid-19>
- Mulya Firdausy, C., & Idawati, R. (2017). Effects of Service Quality, Price and Promotion on Customers' Purchase Decision of Traveloka Online Airline Tickets in Jakarta, Indonesia. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 3(2), 42–49. <https://doi.org/10.18775/ijmsba.1849-5664-5419.2014.32.1004>
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian & Manajemen*. Grasindo.
- Nurjanah, S. F., Kurniati, R. R., & Zunaida, D. (2019). Pengaruh E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanja Online Shopee (Studi Pada Konsumen Belanja Online Mahasiswa Universitas Islam Malang). *Jiagabi*, 8(3), 154–162.
- Pebrianto, F. (2020). Survei APJII: Produk Fesyen Online Paling Dicari, Shopee Jadi Favorit. *Tempo*. Retrieved from <https://bisnis.tempo.co/amp/1404059/survei-apjii-produk-fesyen-online-paling-dicari-shopee-jadi-favorit>
- Prilano, K., & Sudarso, A. (2020). *Pengaruh Harga , Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. 1(1), 1–10.*
- Rachel, C. (2019, December 10). Strategi Shopee dalam Menarik Perhatian Pelanggan. *Suara.Com*. Retrieved from <https://yoursay.suara.com/news/2019/12/10/131146/strategi-shopee-dalam-menarik-perhatian-pelanggan>

- Setyowati, D. (2020, September 18). Empat E-Commerce Berebut Pasar saat Pandemi, Siapa yang Unggul? *Katadata*. Retrieved from <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5f6494f8a9bcb/empat-e-commerce-berebut-pasar-saat-pandemi-siapa-yang-unggul>
- Silaban, B., & Rosdiana, D. (2020). Bernard E. Silaban dan Desi Rosdiana : “ Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian pada Online Shop Sociolla. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 23(3), 202–224.
- Sugiyono. (2015). *METODE PENELITIAN PENDIDIKAN( Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- 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. <https://doi.org/10.35797/jab.9.3.2019.25129.35-43>
- Uli. (2020, October 21). Transaksi e-Commerce Naik Nyaris Dua Kali Lipat saat Pandemi. *Cnn Indonesia*. Retrieved from <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20201021193353-92-561232/transaksi-e-commerce-naik-nyaris-dua-kali-lipat-saat-pandemi>
- Wulandari, Z., Mulyati, A., & Tjahjono, E. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada Marketplace Shopee). *Jurnal Dinamika*. Retrieved from <http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/adbis/article/view/4062>