

DAFTAR PUSTAKA

- Ahnaf Balhmar, M. (2021). *Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee Khuzaini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Avkiran, N. K., & Ringle, C. M. (2018). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling: Recent Advances in Banking and Finance: International Series in Operations Research & Management Science*. In Springer.
- Putri, D., Syarif, P., & Pusporini. (2021). *Pengaruh Harga Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Brand Lokal*. Business Management, Economic, and Accounting, 2.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Method & Partial Least Square (PLS)*. Universitas Diponegoro.
- Ginting, N. F. H. (2012). *Manajemen Pemasaran (Cetakan Kedua)*. Yrama Wijaya, Bandung
- Hammam, S. A., & Emil Robert, K. (2021). The effect of user experience, brand image, and trust on purchase decision in social commerce facebook. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 99(19), 4557–4568.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018)., *Principles of Marketing* | Pearson. In Pearson.
- Kotler, P. & Keller, K. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). England: Pearson.
- M. F Laksana. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zuma. Khalifah Mediatama.
- 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*. Grasindo.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Laksbang.
- Prasetia, A., & Angelina, A. (2022). *The Influence Of Brand Image And Product Price Towards Purchase Decision At E-Commerce Tokopedia*. *Journal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 8(1), 79–95.
- Ramadhani, M. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan, Kualitas Layanan Website Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Mahasiswa Universitas Stikubank Semarang)*. *Proceeding Sendiu*, 1(1), 978–979.
- Rangkuti, F. (2011). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sangadji, E. ., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Jurnal Penelitian*. In Andi.
- Siahaan, M., & Christiani, D. (2021). *The Effect Of Prices And Promotions On Purchase Decisions At Shopee (Case Study Of Bhayangkara University Jakarta Raya)*. 1(3), 253–268.
- Sihombing, T., & Sihombing, D. (2021). *Influence of Interest, Price, Product Quality, Promotion, and Brand Image on Purchasing Decisions in Traveloka App*. *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(1), 183–196. <https://doi.org/10.31937/manajemen.v13i1.1968>
- Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*. In Remaja Rosdakarya.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. CV Andi Offset.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarwan, U., Hartoyo, Kirbrandoko, & Najib, M. (2015). *Pemasaran Strategik: Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan*. In PT Penerbit IPB Press.
- Tarjo. (2021). *Metode Penelitian Administrasi*. Syiah Kuala University Press.
- Tjiptono, & Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. In Yogyakarta: Andi.
- Yoeliastuti, Y., Darlin, E., & Sugiyanto, E. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Penjualan*

Marco Manggora Jeremy Napitupulu, 2022

Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

Online Shopee. Jurnal Lentera Bisnis, 10(2), 212.
<https://doi.org/10.34127/jrlab.v10i2.425>

Marco Manggora Jeremy Napitupulu, 2022
Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee
UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen
[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]