

DAFTAR PUSTAKA

- Aldi, M. (2018). *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Motor Suzuki Satria F 150 Pada PT. Sinar Galesong Pratama di Makassar*. Thesis Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Andriani, F. (2021). Pengaruh Iklan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia di Jabodetabek). *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(3).
- Ardane, N. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Pada Scoot Fast Cruises di Bali. *Jurnal IPTA*, 5(1), 18–23.
- Arifah, N.P., & Mustikarini, C.N. (2016). Paid Promote Sebagai Media Promosi Produk Delicy Dalam Meningkatkan Konsumen Potensial. *Journal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(3).
- Sholihah, D. R., Ayu, I., Martini, O., & Widani, P. (2021). *Template of Jurnal Economia*. 17(2), 249–266.
- Sholihah, D. R. (2020). *PEMASARAN KONTEMPORER (SEBUAH TINJAUAN TEORI DAN PRAKTIS)* (Vol. 5, Nomor 3).
- Djarwanto, P. S., dan Subagyo, P. (2011). *Statistik Induktif. Edisi 4*. Yogyakarta: Penerbit BPFE
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish
- Ghozali, I. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Grace, M., et al. (2021). *Strategi Manajemen. Konsep, Teori dan Implementasi*. Banten: Pascal Books
- Dihni, V. A. (2022). *10 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak*. databoks.Katadata.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/19/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2022>
- Firdhy Esterina Christy. (2020). Prediksi Angka Pengguna E-commerce di Indonesia 2024. In *Tempo* (hal. 2020–2021).
<https://data.tempo.co/data/909/prediksi-angka-pengguna-e-commerce-di-indonesia-2024>
- Perkembangan e-Commerce di Indonesia - SHARINGVISION*. (n.d.).
<https://sharingvision.com/2013/perkembangan-e-commerce-di-indonesia/>

Ariq Kamil Nugroho, 2023
PENGARUH PROMOTION DAN E-SERVICE QUALITY YANG DILAKUKAN PADA UMKM AMEFURASHI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKOPEDIA
UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen
[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

Saktika, G. (n.d.). *Inilah Tren Tanaman Hias Terbaru Tahun 2022*.
<https://berita.99.co/tren-tanaman-hias-terbaru-2022/>

<https://www.tokopedia.com>

Handayani, I. (n.d.). *Lagi Ngetren, Penjualan Produk Tanaman Naik 4 Kali Lipat di Tokopedia*. <https://www.beritasatu.com/ekonomi/742281/lagi-ngetren-penjualan-produk-tanaman-naik-4-kali-lipat-di-tokopedia>

Humairoh, R. R. A. (2022). *Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian di Kopiloka 3.0 Palembang*. Thesis. Universitas Sumatera Utara.

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press

Irwansyah, R., et al. (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bakti Persada

Tanjung, C., Elfa, N., & Andreas, Y. (2018). Analysis of Price Perception, Promotion, and Trust Toward Decision Purchase on Online Site Tokopedia. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 3(12).

Juswanti. (2020). *Pengaruh Promosi Online dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Oke Beli Shop*. Thesis. Universitas Muhammadiyah Makassar.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. United Kingdom: Pearson Education Limited.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran. Edisi 1. Alih bahasa: Bob Sabran, MM*. Jakarta: Erlangga.

Kusuma, A. (2016). *Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Website Tokopedia*. Thesis. Universitas Islam Indonesia.

Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.

Mardhiyyah, K., & Fadilla, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Tokopedia. *Journal of Management*, 4(1).

Mayangsari, L. (2022). *Perilaku Konsumen Sebagai Dasar Untuk Merancang Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Ariq Kamil Nugroho, 2023

PENGARUH PROMOTION DAN E-SERVICE QUALITY YANG DILAKUKAN PADA UMKM AMEFURASHI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKOPEDIA

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

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

- Mishbakhudin, M., & Aisyah, M. (2022). The E-Marketing Mix Strategy of Tokopedia Salam During the Covid-19 Pandemic. *International Research Journal of Business Studies*, 14(3).
- Noor, F. V. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Herba Penawar Al Wahid Indonesia*. Thesis. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu).
- Nurmanah, I., & Nugroho, E. S. (2021). Pengaruh Kepercayaan (Trust) dan Kualitas Pelayanan Online (E-Service Quality) Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Bukalapak. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(1).
- Pertiwi, D. (2021). *Pemasaran Jasa Pariwisata (Dilengkapi Dengan Model Penelitian Pariwisata Gedung Heritage di Bandung Raya*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Priandewi, N. M. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk di E-Commerce Lazada. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 1(2).
- Purwaningrum, M. R., & Pasaribu, L. H. (2021). The Influence of Service Quality, Promotion, and Secure Transaction Towards Purchase Decision (Study Case on Tokopedia. com). *Enrichment: Journal of Management*, 12(1).
- Sagala, F. (2022). The Effect of Promotion, Price and Service Quality on Tokopedia Online Shopping Repurchase Decisions. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 1(2).
- Selly. (2019). Pengaruh Iklan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Situs Belanja Online Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa Semester VI Program Studi Sarjana Manajemen STIE Sultan Agung). *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 7(1).
- Sinurat, V. A. R., & Ali, M. M. (2020). Analysis of E-Service Quality and Quality Information on Trust and Impact on Purchase Decision on Consumer Tokopedia. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(3).
- Sufriadi. (2018). *Konsep Harga dalam Ekonomi Islam*. Bogor: Guepedia.
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* Bandung: Alfabeta
- Sunyoto, D. (2017). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus) Edisi Ketiga*. Jakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Susanti, N. A. (2018). *Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Pajak, dan Penerapan E-Samsat Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor*. Thesis. Universitas Islam Indonesia.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. Edisi 1*.

Ariq Kamil Nugroho, 2023

PENGARUH PROMOTION DAN E-SERVICE QUALITY yang Dilakukan Pada UMKM Amefurashi Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia

UPN Veteran Jakarta, UPT Perpustakaan

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

Yogyakarta: Andy.

- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik Edisi 3*. Yogyakarta: Andi offset.
- Wijayanti, L. S., Setyawati, S. M., & Rahab. (2021). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap Repurchas Intention Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Marketplace di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi*, 23(4).
- Yaniz, A. G. (2022). *Pengaruh Promosi, Brand Image dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Online Nike Indonesia (Studi Pada Mahasiswa STEI Angkatan 2018)*. Thesis. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitian. Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana
- Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran. Teori dan Strategi*. Lombok Tengah. Forum Pemuda Aswaja.

Ariq Kamil Nugroho, 2023

PENGARUH PROMOTION DAN E-SERVICE QUALITY yang Dilakukan Pada UMKM Amefurashi Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia

UPN Veteran Jakarta, UPT Perpustakaan

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