

DAFTAR PUSTAKA

- Abimanyu, R., & Hermana, C. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Cashback Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9, 398–408. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.7545920>
- Adoe, V. S., Yusfiana, M., Diana, A., Lubis, R., & Harahap, M. (2022). *Buku Ajar E-commerce*. CV Feniks Muda Sejahtera. https://www.google.co.id/books/edition/BUKU_AJAR_E_COMMERCE/x0hrEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pengertian+e-commerce&printsec=frontcover
- Albar, D. N., & Iriani, S. S. (2022). Pengaruh Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian(Studi Konsumen Domino's Pizza Deltasari Sidoarjo). *SIBATIK JOURNAL*, 1, 717–736. <https://doi.org/https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i5.86>
- Alfirdausi, K., & Marpaung, N. N. (2022). Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee di Kabupaten Bekasi. *JURNAL PARAMETER*, 7, 181–192. <https://doi.org/https://doi.org/10.37751/parameter.v7i1.196>
- Angelina. (2022). *Aliran Pendapatan Pasif - Hasilkan Uang Secara Online*. Didi's. https://www.google.co.id/books/edition/Aliran_Pendapatan_Pasif_Hasilkan_Uang_Se/p06ZEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=ulasan+produk+adalah&pg=PA35&printsec=frontcover
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional. https://www.google.co.id/books/edition/Keputusan_Pembelian_Produk/nTxlEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pengertian+keputusan+pembelian&printsec=frontcover
- Asiani, F. (2020). *Persuasive Copywriting Sebuah Seni Menjual Melalui Tulisan*. Anak Hebat Indonesia. https://www.google.co.id/books/edition/Persuasive_Copywriting/09byDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=ulasan+produk+adalah&pg=PA59&printsec=frontcover
- Bancin, J. B. (2021). *Citra merek dan word of mouth (Peranannya dalam keputusan*

- pembelian mobil nissan grand livina*. CV. Jakad Media Publishing. https://www.google.co.id/books/edition/Citra_Merek_dan_Word_of_Mouth_Peranannya/riAzEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pengertian+keputusan+pembelian&pg=PA21&printsec=frontcover
- Bank Indonesia. (2023). *Ekonomi Indonesia Tumbuh Tinggi Pada Triwulan II 2023*. Bi.Go.Id. https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2521523.aspx#:~:text=Bank Indonesia memprakirakan pertumbuhan ekonomi,didukung oleh peningkatan permintaan domestik
- Bima. (2022). *Konsumen Geram Promo Tokopedia Cashback dan Bebas Ongkir Tak Bisa Digunakan Bersamaan*. Gamebrott. <https://gamebrott.com/promo-tokopedia-cashback-tak-bisa-digabung>
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2019). *Digital Marketing Strategy, Implementation, and Practice* (7th ed.). Pearson Education.
- Chaffey, D., & Smith, P. (2017). *Digital Marketing Excellence Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing* (5th ed.). Routledge.
- Chakti, A. G. (2019). *The Book Of Digital Marketing*. Celebes Media Perkasa. https://www.google.co.id/books/edition/THE_BOOK_OF_DIGITAL_MARKETING/OQzBDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=digital+marketing&printsec=frontcover
- CNBC Indonesia. (2023). *Dikuasai 2 Raksasa, Persaingan e-Commerce RI Kian Ketat?* CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230619111240-39-447126/dikuasai-2-raksasa-persaingan-e-commerce-ri-kian-ketat>
- CNN Indonesia. (2023). *Tokopedia Naikkan Biaya Jasa Aplikasi Jadi Rp3.000 Hari Ini*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230502180836-92-944431/tokopedia-naikkan-biaya-jasa-aplikasi-jadi-rp3000-hari-ini>
- Daiman, M. S., Yulita, I. K., & Poerwanto, G. H. (2023). Pengaruh Harga, Kepercayaan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna E-commerce Tokopedia. *EXERO: Journal of Research in Business and Economics*, 6, 83–103. <https://doi.org/https://doi.org/10.24071/exero.v6i1.6688>

- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Guepedia.com. [https://www.google.co.id/books/edition/STATISTIKA_PENELITIAN_MENGGUNAKAN_SPSS_U/acpLEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Statistika+Penelitian+Menggunakan+Spss+\(Uji+Validitas,+Uji+++Reliabilitas,+Regresi+Linier+Sederhana,+Regresi+Linier+Berganda,+Uji+t,+Uji+F,+++R2\)](https://www.google.co.id/books/edition/STATISTIKA_PENELITIAN_MENGGUNAKAN_SPSS_U/acpLEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Statistika+Penelitian+Menggunakan+Spss+(Uji+Validitas,+Uji+++Reliabilitas,+Regresi+Linier+Sederhana,+Regresi+Linier+Berganda,+Uji+t,+Uji+F,+++R2)).
- Darmawan, D., Sutono, Batubara, H. C., Mesa, A. N. L. M., Sofiana, S., Saksono, H., Novriansyah, Y., Andari, T., Dewiningrat, A. I., & Dwijayanti, A. (2023). *Strategi Marketing 5.0*. Yayasan Cendikia Mulia Mandiri. https://www.google.co.id/books/edition/Strategi_Marketing_Era_5_0/Z4u2EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pengertian+keputusan+pembelian&pg=PA77&printsec=frontcover
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Adnyana, I. M. D. M., Prasetyo, B., Vianitati, P., & Gebang, A. A. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- databoks. (2023). *Transaksi E-commerce Konsumen Usia Tua Terus Meningkatkan Ketimbang Gen Z dan Milenial*. Databoks.Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/22/transaksi-e-commerce-konsumen-usia-tua-terus-meningkat-ketimbang-gen-z-dan-milenial>
- Fatimah, H. N., & Nurtantiono, A. (2022). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Aplikasi Shopee). *Jurnal Sinar Manajemen*, 9, 106–113. <https://doi.org/https://doi.org/10.56338/jsm.v9i1.2330>
- Fauziah, A., & Tirtayasa, S. (2022). Pengaruh Harga, Kepercayaan, Penggunaan Aplikasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Shopee pada Masa Pandemi Covid – 19. *JESYA Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5, 1381–1395. <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.739>
- Firmansyah, M. A. (2023). *Manajemen Pemasaran*. UM Surabaya Publishing. https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran/mlzNEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=promosi+adalah&pg=PA265&printsec=frontcover

- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional. https://www.google.co.id/books/edition/Keputusan_Pembelian_Konsumen_Marketplace/K79mEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1
- Hajijah, S. N., Dewi, I. R., & Annisamala, Y. N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee Di Kalangan Mahasiswa Kota Cirebon. *JURNAL BONANZA*, 2, 28–38. <https://doi.org/https://doi.org/10.54123/bonanza.v2i2.191>
- Hulukati, W., & Djibran, M. R. (2018). Analisis Tugas Perkembangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Bikotetik*, 2, 73–114. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/bikotetik.v2n1.p73-80>
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6, 31–42. <https://doi.org/https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press. https://www.google.co.id/books/edition/PEMASARAN_DAN_KEPUASAN_PELANGGAN/PYfCDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1
- Irwandi, & Oktaviah, N. (2022). Pelatihan Pengolahan Data Menggunakan Aplikasi Spss Untuk Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa Dalam Menganalisis Data. *Jurnal Pemantik*, 1, 144–153. <https://doi.org/https://doi.org/10.56587/pemantik.v1i2.47>
- Kompas. (2022). *Pengguna Tokopedia Keluhkan Voucher “Cashback” dan Bebas Ongkir Tak Bisa Dipakai Bersamaan, Ini Tanggapan Manajemen*. Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2022/11/04/074000326/pengguna-tokopedia-keluhkan-voucher-cashback-dan-bebas-ongkir-tak-bisa-dipakai?page=all>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). GLOBAL EDITION.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing*

- Management* (4th ed.). Pearson Education.
- Lackermair, G., Kailer, D., & Kanmaz, K. (2013). Importance of Online Product Reviews from a Consumer's Perspective. *Advances in Economics and Business*, 1, 1–5. <https://doi.org/10.13189/aeb.2013.010101>
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2021). *Principles Of Marketing* (13th ed.). Cengage Learning.
- Leasiwal, T. C. (2022). *Teori–Teori Pertumbuhan Ekonomi dan Hubungannya dengan Variabel Makro Ekonomi*. Mitra Cendekia Media. https://www.google.co.id/books/edition/Teori_Teori_Pertumbuhan_Ekonomi_dan_Hubu/aGmFEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1
- Melati. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish. https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran/mv4dEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=manajemen+pemasaran&printsec=frontcover
- Mulyana, S. (2021). Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 7, 186–195. <https://doi.org/https://doi.org/10.35446/dayasaing.v7i2.665>
- Najib, A. G. A., & Andriana, A. N. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee. *Jurnal Syntax Fusion*, 2, 171–180. <https://doi.org/https://doi.org/10.54543/fusion.v2i01.145>
- Najwah, J., & Chasanah, A. N. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews, Harga, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia. *BISECER (Business Economic Entrepreneurship)*, 5, 1–13.
- Niagahoster. (2022). *Yuk, Mulai Pakai Digital Marketing! Strategi Kekinian Agar Bisnis Gampang Cuan*. Elex Media Komputindo. https://www.google.co.id/books/edition/Yuk_Mulai_Pakai_Digital_Marketin/dFueEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1
- Noor, Z. Z. (2021). *Manajemen Pemasaran Strategik Dilengkapi Dengan Kasus-Kasus Dalam Bidang Bisnis Dan Sektor Publik*. Deepublish. https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran_Strategik_D

ilengkapi/0UwbEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=promosi+adalah&pg=PA70&printsec=frontcover

- Nugraha, B. (2022). *Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*. Pradina Pustaka. https://www.google.co.id/books/edition/Pengembangan_Uji_Statistik/PzZZEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1
- Nurlan, F. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. CV Pilar Nusantara. https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_penelitian_kuantitatif/OXYqEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=definisi+operasional+adalah&printsec=frontcover
- Oktavia, E. B., Fatimah, F., & Puspitadewi, I. (2022). Pengaruh Harga, Brand Ambassador, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening Indonesia Di Tokopedia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis GROWTH*, 20, 361–375. <https://doi.org/https://doi.org/10.36841/growth-journal.v20i2.2108>
- Priyatno, D. (2023). *Olah Data Sendiri Analisis Regresi Linier Dengan SPSS Dan Analisis Regresi Data Panel Dengan Eviews*. Penerbit Andi. https://www.google.co.id/books/edition/Olah_Data_Sendiri_Analisis_Regresi_Linie/ISeyEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=uji+asumsi+klasik&printsec=frontcover
- Purnamasari, S., Purboyo, Mulyani, Aryani, L., Fitriana, Zulfikar, R., Triwardhani, S. D., Oktayani, D., Putra, A. R., Malihah, L., Wisudawaty, P., & Ariyani, N. (2022). *Perencanaan Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Pengendalian)*. Widina Bhakti Persada.
- Purnomo, R. A. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS* (2nd ed.). Wade Group. https://www.google.co.id/books/edition/Analisis_Statistik_Ekonomi_dan_Bisnis_De/MQCGDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1
- Putra, D. S., Abdurrahim, Wicaksono, T., & Mursanto. (2022). The Effect of Product Quality, Price on Purchasing Decisions on The Marketplace. *International Journal of Economics, Management, Business and Social Science (IJEMBIS)*, 2, 365–371.

<https://doi.org/https://doi.org/10.59889/ijembis.v2i3.74>

- Rabbani, D. B., Diwyarhi, N. D. M. S., Mulyati, A. M. U., Hadawiah, Sari, Y. P., Sukrin, Haryanti, I., Santoso, M. H., Ardani, W., & Salehan. (2022). *Komunikasi Pemasaran. Global Eksekutif Teknologi*.
https://www.google.co.id/books/edition/Komunikasi_Pemasaran/-ammEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=fungsi+promosi&pg=PA90&printsec=frontcover
- Rahayu, S. (2021). Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-commerce Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Informatika Angkatan 2020 Universitas Mahakarya Asia PSDKU Baturaja). *Journal Management, Business, and Accounting*, 20, 40–50. <https://doi.org/https://doi.org/10.33557/mbia.v20i1.1271>
- Rinnanik, Pariyanti, E., Bakhri, S., Buchori, Sulastri, S., Dede, Mardiono, T., Sugiono, Gumanti, M., & Misubargo. (2021). *Ilmu Manajemen Di Era 4.0*. Penerbit Adab.
https://www.google.co.id/books/edition/ILMU_MANAJEMEN_DI_ERA_4_0/p-cdEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=promosi+adalah&pg=PA100&printsec=frontcover
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.
https://www.google.co.id/books/edition/Metode_Riset_Penelitian_Kuantitatif_Pene/W2vXDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=metode+riset+penelitian+kuantitatif+riyanto&printsec=frontcover
- Rizky, D., Bernadin, D., & Nobelson, S. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee. *JRMB (Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis)*, 16, 63–76.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21460/jrmb.2021.162.392>
- Salsabilla, S., Hidayati, L. A., & Santosa, M. (2023). The Effect of Service Quality, Product Reviews, Risk Perception, and Usability Perception on Online Food Purchasing Decisions. *Enrichment: Journal of Multidisciplinary Research and*

Development, 1, 91–100.

- Sitanggang, F. A., & Sitanggang, P. A. (2021). *Buku Ajar Perilaku Konsumen*. PT Nasya Expanding Management. https://www.google.co.id/books/edition/Buku_Ajar_Perilaku_Konsumen/ejpaEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=perilaku+konsumen&printsec=frontcover
- Sitoesmi, A. R. (2023). *Profil PT Tokopedia dan Perjalanan Bisnisnya, Perusahaan Perdagangan Elektronik di Indonesia*. Liputan 6. <https://www.liputan6.com/hot/read/5183788/profil-pt-tokopedia-dan-perjalanan-bisnisnya-perusahaan-perdagangan-elektronik-di-indonesia?page=5>
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior Buying, Having, and Being* (13th ed.). Pearson Education.
- Strauss, J., & Frost, R. (2014). *E-Marketing* (7th ed.). Pearson Education.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta.
- Susanti, Hardini, H. ., & Bahtiar, M. . (2020). The Effect of Financial Literacy, Financial Technology, and Digital Promotion on Online Purchasing Decisions in the Covid-19 Pandemic Era. *Proceedings of the International Joint Conference on Arts and Humanities (IJCAH 2020)*, 491, 1382–1389. <https://doi.org/https://doi.org/10.2991/assehr.k.201201.234>
- Tarmidi, D., Dosinaen, Y. P. R. P., Siahaan, S. A., Azzadi, M. T., & Napitupulu, G. A. S. (2021). The Effect of Product Innovation and Price on Purchasing Decisions on Shopee Users in Bandung in 2021 (Case Study on Electronic Products Labeled Shipping from Overseas). *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12, 747–753. <https://doi.org/https://doi.org/10.17762/turcomat.v12i4.559>
- TokopediaCare. (2023). *Pertanyaan Seputar Promo Tokopedia*. Tokopedia Care. <https://www.tokopedia.com/help/article/faq-seputar-promo>
- Utama, A. P. (2023). *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar Dan Ruang Lingkup*. CV Adanu Abimata. https://www.google.co.id/books/edition/MANAJEMEN_PEMASARAN_KONSEP_DASAR_DAN_RUA/BzCzEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=bauran

+pemasaran&printsec=frontcover

- Wahyuningtias, A. D., Sasana, H., & Sugiharti, R. R. (2021). Analisis Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Tahun 1996-2019. *DINAMIC: Directory Journal of Economic*, 3, 87–105. <https://doi.org/https://doi.org/10.31002/dinamic.v3i1.2699>
- Wijaya, D., Ginting, E. S., & Lubis, T. W. H. (2022). The effect of trust, ease and product reviews on purchasing decisions through e-commerce jd.id (Case Study of Mikroskill University Students). *Jurnal Ekonomi LLDikti Wilayah 1 (JUKET)*, 2, 93–97. <https://doi.org/https://doi.org/10.54076/juket.v2i2.246>
- Witi, F. L. (2021). *Membangun E-commerce Teori, Strategi, Dan Implementasi*. CV Amerta Media. https://www.google.co.id/books/edition/MEMBANGUN_E_COMMERCE/XEpUEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pengertian+e-commerce&pg=PA3&printsec=frontcover
- Wulandari, H. P., & Subandiyah, A. E. (2022). Pengaruh Ulasan Produk, Harga Dan Pembayaran Non Tunai (Shopee paylater) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Market PlaceShopee di Yogyakarta. *JBMA: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi*, 9, 80–93. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.54131/jbma.v9i2.138>