

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, F. N. (2022). the effect of promotion, price, and brand image on purchase decisions on e-commerce shopee in pangkalpinang city. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBA)*, 6(3), 1–16. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBA/article/view/6454>
- Agesti, N., Ridwan, M. S., & Budiarti, E. (2021). International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding The Effect of Viral Marketing , Online Customer Review , Price Perception , Trust on Purchase Decisions with Lifestyle as Intervening Variables in the Marketplace Shopee in Surabaya C. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 8(3), 496–507. <http://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v8i3.2526>
- Ahdiat, A. (2023). *5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2023*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023>
- Ariyanto, A., Bangun, R., Indilah, M. R. M., Trenggana, A. F. M., Sholihah, D. R., Ariyanti, M., Widati, E., Irawan, P., & Ratih, S. D. (2023). *Manajemen Pemasaran* (U. Saripudin (ed.)). Widina Bhakti Persada.
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran : UMKM dan Digital Sosial Media*. Deepublish (Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA). <https://books.google.co.id/books?id=mUkQEAAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.867>
- Charviandi, A., Noviany, H., Suhartini, Y., Wijaya, A., & Abdullah, M. A. F. (2023). *Manajemen Pemasaran (Perspektif Digital Marketing)* (Fachrurazi (ed.)). Eureka Media Aksara.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. global research and consulting institute.
- Ernawati, R., Dwi, A. B., & Argo, J. G. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 200–218. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>

- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. (2019). *Perilaku Konsumen di Era Digital: Beserta Studi Kasus*. UB Press. <https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=YXXRDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=perilaku+konsumen+di+era+digital+ini+ditandai+oleh+kebutuhan+konsumen+yang+semakin+kompleks+sehingga+membuat+konsumen+semakin+aktif+dan+cerdas+dalam+memilih+produk+dan+layanan+>
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)* (pertama). Deepublish (Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA).
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2014a). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)* (4th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014b). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Irwansyah, R., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., & Utomo, K. P. (2021). Perilaku Konsumen. In *Widina* (Vol. 5). Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung.
- Magfira, N. (2019). Pengaruh kualitas barang terhadap keputusan pembelian pada aplikasi shopee (Studi pada mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Negeri Makassar). *Doctoral Dissertation, Universitas Negeri Makassar*.
- Nababan, A., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 5(1), 195–204. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v5i1.3770>
- Nalendra, A. R. A., Winarno, S. H., Priadi, A., Hermawan, E., Purnomo, M. W., & Putra, A. S. (2021). The Effect Of Goods Prices And Buyer Trust On The E-Commerce Sales System For Purchasing Goods Online. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(3), 561–567. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v2i3.235>
- 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>
- Norvadewi, Sampe, F., Ardianto, R., & Yusuf, M. (2023). The Impact Of Brand Image

- And Price Online Product Purchase Decisions At Shopee. *Asian Journal of Management Entrepreneurship and Social Science*, 03(01), 336–351. <http://www.ajmesc.com/index.php/ajmesc/article/view/130>
- Nugraha, J. P., Alifiatih, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, & Fathihani. (2021). *Teori perilaku konsumen* (A. Jibril (ed.)). Nasya Expanding Management.
- Priandewi, N. M. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk di E-Commerce Lazada. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bina Bangsa*, 1(2), 419–433. <https://doi.org/https://doi.org/10.46306/vls.v1i2.34>
- 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(1), 40–50. <https://doi.org/10.33557/mbia.v20i1.1271>
- Ritonga, H. M., Fikri, M., Siregar, N., Agustin, R. R., & Hidayat, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Deepublish (Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA). [https://books.google.co.id/books/about/Metode\\_Riset\\_Penelitian\\_Kuantitatif\\_Pene.html?id=W2vXDwAAQBAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.co.id/books/about/Metode_Riset_Penelitian_Kuantitatif_Pene.html?id=W2vXDwAAQBAJ&redir_esc=y)
- Rizaty, M. A. (2023). *Pengguna Internet di Indonesia Sentuh 212 Juta pada 2023*. Data Indonesia. <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023>
- S, T. Y., & Mahmud. (2023). Pengaruh Jaminan Layanan , Brand Image , Harga , Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Dalam E-Commerce Shopee. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 176–185. <https://doi.org/10.37531/mirai.v8i1.4683>
- Sembhodo, A. T., & Hermawati, A. (2021). Optimization of Product Quality, Service Quality, and Customer Satisfaction on Buying Decision Amongst The Users of Tokopedia E-Commerce. *Asia Pasific Journal of Business Economics and Technology*, 01(01), 61–71. <http://www.apjbet.com>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sumaa, S., Soegoto, A. S., & Samadi, R. L. (2021). pengaruh kualitas produk, harga dan iklan media sosial terhadap minat beli di e-commerce shopee (studi pada

mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas sam ratulangi manado). *Jurnal EMBA*, 9(4), 304–313. <https://doi.org/10.35794/emba.v9i4.36229>

Susanti, W., Mardani, R. M., & Normaladewi, A. (2023). Pengaruh Impulse Buying, Harga Dan Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2019- 2020 di Universitas Islam Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 1400–1406. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm>

Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen Di Era Modern* (R. A. Kusumajaya (ed.)). Yayasan Prima Agus Teknik.