

DAFTAR PUSTAKA

- Al Majid, A. A., & Sumadi. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Brand Image terhadap Sikap dan Minat Beli Konsumen Pakaian Pada E. *Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 1(03), 24–38.
- Albar, K., Noviyanti, H., Sari, D. P., & Zakhroh, A. (2022). Pengaruh Iklan dan Brand Image MS. Glow Terhadap Minat Beli Konsumen. *SAUJANA: Jurnal Perbankan Syariah Dan Ekonomi Syariah*, 4(01), 1–12.
- Armstrong, G., Adam, S., S., D., Volkov, M., & Kotler, P. (2018). *Principles of Marketing (Australian 7th Edition)* (7 ed). Pearson Australia.
- Armstrong, G., Kotler, P., Harker, M., & Brennan, R. (2019). *Marketing : An Introduction* (4th ed.).
- Damiati Masdarini, L., Suriani, M., Adnyawati, N. D. M. S., Marsiti, C. I. R., Widiartini, K., & Angendari, M. D. (2017). *Perilaku Konsumen* (1st ed). PT Rajagrafindo Persada.
- Diana, A., & Tjiptono, F. (2019). Kepuasan Pelanggan: Konsep, Pengukuran dan Strategi. *Yogyakarta: Andi*.
- Djafar, L., Wolok, T., & Niode, I. Y. (2022). The Influence Of Price And Product Quality On The Purchase Decision Of Ms Glow Products (Case Study On Users Of Ms Glow Products). *European Scholar Journal (ESJ)*.
- Fauzi, D. H. F., & Ali, H. (2021). Determination of Purchase and Repurchase Decisions: Product Quality and Price Analysis (Case Study on Samsung Smartphone Consumers in the City of Jakarta). *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(5), 794–810.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Perilaku Konsumen (sikap dan pemasaran)*. Penerbit Qiara Media.
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi pemasaran melalui desain visual*. Deepublish.
- Fransiska, I., & Madiawati, P. N. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee Di Bandung. *Jurnal Sekretaris Dan Administrasi Bisnis*, 6(1).
- Ganim, S. N., Nobelson, N., & Pusporini, P. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perlengkapan Olahraga Reebok. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 496–510.
- Ghozali, I. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariete*. Universitas Diponegoro.

- Giovinda, F., Ridwan, H., & Pusporini, P. (2020). Analisis pengaruh harga, promosi dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada tiket. com. *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)*, 1, 470–485.
- Hartanto, B., & Indriyani, L. (2022). *Minat Beli Di Marketplace Shopee*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Idris, M. R., Widarko, A., & Mustapita, A. F. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Islam Malang 2019). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. unitomo press.
- Jahroni, J., & Putra, A. R. (2022). *The Role of Product Quality, Price and Promotion Towards Telkomsel Prepaid Card Purchase Decisions*.
- Joko Rizkie Widokarti, D. J. P. (2019). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Industri Pariwisata*.
- Julia, S., & Kamilah, K. (2023). Pengaruh Iklan Tiktok, Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 63–68.
- Juliana, D. A., Pramezwary, A., & Hutahaean, J. (2020). *Marketing Strategy In Clinical Trials* (M. Nasrudi). PT. Nasya Expanding Manajemen.
- Khaqiqi, A. I., Hidayah, L. N., Lathifah, A. R., Septiara, D., Alam, W. F., Al-Faruq, S., Kurnia, T. P., & Maf'ula, F. (2021). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Online Shop: Studi Pada Customer Lamongan. *Journal Of Economics, Management, and Business Research*, 2(1).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (P. E. Limited. (ed.); Global Edi).
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education Limited.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce 2021–2022: Business. Technology. Society, Seventeenth Edition, Global Edition*.
- Lestari, I., Manullang, M., Butar-Butar, R. S., & Daulay, Z. R. (2021). The Effect

- Of Brand Ambassador and Prices on The Purchase Decision Of Android Hand Phone Through Interest In Buying Consumers In Medan City. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(4), 1321–1326.
- Mahardika, M. A., & Wikantari, M. A. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Honda Vario di Jakarta. *Journal of Young Entrepreneurs*, 2(1), 158–166.
- Marlius, D., & Noveliza, K. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Converse Pada Toko Babe. Shopp Padang. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 2(1), 255–268.
- Musnaini, M., Suherman, S., Wijoyo, H., & Indrawan, I. (2020). *Digital Marketing*. Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia.
- Nurchasanah, D., Lukitaningsih, A., Cahyani, P. D., & Udayana, I. B. N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Tiktok Shop. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(3), 1081–1095.
- Paramita, A., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literatute Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 660–669.
- Priansa, D. J. (2017). *Manajemen Pelayanan Prima*. Alfabeta Bandung.
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*. Andi Offset.
- Purnama, S. (2020). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse All Star (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya Tahun Angkatan 2018)*. Politeknik Negeri Sriwijaya.
- Purwandari, I. S. M. M., Singgih Purnomo, M. M., Purboyo, S. E., Adha, W. M., SE, M. M., Hanika, I. M., SAP, M. I., Citra Savitri, S. E., Putra, A. R., & SAB, M. B. A. (2022). *Manajemen Pemasaran (Konsep Pemasaran Digital)*. Media Sains Indonesia.
- Puspitaningtyas, Z., & Kurniawan, A. W. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandida Buku.
- Putra, M. R. M., Albant, M. A. K., Sari, L. N., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh Promosi, Fashion Involvement, Dan Shopping Life Style, Dan Impulse Buying Di E-Commerce Shopee. *REVENUE Jurnal Ekonomi Pembangunan Dan Ekonomi Syari'ah*, 3(02), 21–29.

- Putri, D. H. M., Syarief, N., & Pusporini, P. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Brand Lokal di Kalangan Generasi Z. *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)*, 2, 989–1005.
- Rachmadi, T., & Kom, S. (2020). *The Power Of Digital Marketing* (Vol. 1). Tiga Ebook.
- Rahayu, S. (2021). Pengaruh harga, kepercayaan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pengguna e-commerce tokopedia. *Mbia*, 20(1), 40–50.
- Ratnasih, C., Lusia, V., & Oktaviani, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Loyalitas Konsumen E-Commerce Shopee (Studi Kasus Produk Stein Cookware Di Jakarta Timur). *JURNAL MANAJEMEN FE-UB*, 11(1).
- Ridanasti, E. (2020). *Perilaku Konsumen 4.0* (R. W. P. ;). Stelkendo Kreatif.
- Ritonga, H. M., Fikri, M. El, Siregar, N., Agustin, R. R., & Hidayat, R. (2018). Manajemen Pemasaran Konsep dan Strategi. *Medan: CV Manhaji*.
- Sabila, N. (2019). Pengantar belajar digital marketing. *STEKOM: Semarang*.
- Sari, D., & Harwiki, W. (2018). Perilaku Konsumen (Consumer Behavior). *Perilaku Konsumen (Consumer Behavior)*, Forthcoming.
- Setiawan, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Aprilia Bakery. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 59–65.
- Shofwan, T., Aryani, L., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Beat. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 362–376.
- Sihombing, I. K., & Dewi, I. S. (2019). Pemasaran dan Manajemen Pasar. *Yogyakarta: Deepublish*.
- Sriyanto, A., Kuncoro, A. W., Sarsito, A., & Istikomah, K. (2019). Pengaruh brand ambassador, minat beli, dan testimoni terhadap keputusan pembelian (studi pada situs jual beli online shop shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur periode februari–april 2018). *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1), 21–34.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.

- Sugiyono, P. D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (2nd ed.). Penerbit Alfabeta.
- Supriadi, Y. N., Marzuki, F., Ariani, N., Resti, A. A., Argo, J. G., Aryani, L., Mardiatmi, B. D., Wadu, R. M. B., Matondang, N., & Pusporini. (2020). *Strategi Manajemen Pemasaran Di Era Digital* (T. Handaya). DEEPUBLISH PUBLISHER.
- Surbakti, R. B., & Evyanto, W. (2023). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Situs Belanja Online Shopee Di Batam. *Jurnal Bina Manajemen*, 11(2), 219–233.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2017). *Pemasaran: Esensi dan Aplikasi*.
- Tjiptono, Fandy. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*. PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Turban, E., Outland, J., King, D., Lee, J. K., Liang, T.-P., & Turban, D. C. (2018). *Electronic commerce 2018: a managerial and social networks perspective*. Springer.
- Wahyuningsih. (2020). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Aplikasi* (1st ed.). DEEPUBLISH PUBLISHER.
- Wicaksana, S. A., Lunadevy, S. A., Mita, T. L., Soedira, V. G., Kartika, M. H., & Putri, D. N. W. (2022). *Perilaku Konsumen: Kunci memenangkan bisnis*. Edited by Ummu Alfi. Cetakan.
- Wulandari, R. (2020). Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Pegawai Terhadap Keputusan Pembelian Di Pusat Perbelanjaan. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 2(1).
- Yani, A. S., & Ngora, K. (2022). Influence of Product Quality & Promotion on Purchase Decision with Buying Interest as a Moderating Variable. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(2).
- Yaniz, A. G. (2022). *Pengaruh Promosi, Brand Image dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Online Nike Indonesia (Studi Pada Mahasiswa STEI Angkatan 2018)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.