

## DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, G., Kotler, P., Harker, M., & Brennan, R. (2019). *Marketing: An Introduction* (14th ed.). Pearson.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson.
- Agus, A.A, Yudoko, G., Mulyono, N.B, Imaniya, T. (2020). "E-Commerce Performance, Digital Marketing Capability and Supply Chain Capability within E-Commerce Platform: Longitudinal Study Before and After COVID-19." *International Journal of Technology*
- Sipahutar, N. B. T., & Wirawan, R. (2024). *Perancangan e-commerce berbasis website pada UMKM Bunch of Gifts*. Jurnal Sistem Informasi dan Aplikasi, 2(1), 1-10. <https://ejournal.upnvj.ac.id/jsia>
- Rosário, A., & Raimundo, R. (2021). *Consumer Marketing Strategy and E-Commerce in the Last Decade: A Literature Review*. Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research.
- Razali, G., Andamisari, D., & Saputra, J. (2022). *Pengaruh Promosi Diskon dan Gratis Ongkir Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*.
- Magfira, N. (2019). *Pengaruh Kualitas Barang Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Shopee: Studi pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Makassar*. Universitas Negeri Makassar
- Mafaza, R. A., & Aminah, S. (2022). Pengaruh Sales Promotion dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 7(2), 230-239.
- Yusuf, A. R. B., Aminah, S., & Ariescy, R. R. (2023). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Promosi Penjualan Dan Kualitas Aplikasi Terhadap Pembelian Impulsif Pada E-Commerce Shopee. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 6115-6124.
- Arifin, M. R., Rachma, N., & Slamet, A. R. (2019). *Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan di Bukalapak*. Jurnal Ilmiah Riset Manajemen, 8(10).

- Prihantini, S., & Kamaludin, A. (2023). *Pengaruh Harga dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee*. *Journal of Management Research and Innovation*.
- Kurnianty, M. (2023). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee*. Universitas Sumatera Utara.
- Rahmadani, A. P., & Isroah. (2022). *Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Marketplace Shopee*. *Jurnal Pendidikan Akuntansi, Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Dwijantoro, R., Dwi, B., & Syarief, N. (2022). Pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian marketplace shopee. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis, 16*(2), 63-76.
- Hermansyah, T., Kamanda, S. V., & Qolbi, N. (2022). Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Ditinjau dari Pengaruh Faktor Sales Promotion, Brand Image dan Price. *Jurnal Al-Amal, 1*(1), 19-25.
- Blessa, V. A., & Indriani, F. (2022). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keterlibatan Konsumen, Dan Kualitas Produk Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui Shopee Live (Studi Pada Pengguna Platform Shopee Live). *Diponegoro Journal of Management, 11*(1).
- Sopuroh, S., & Tanjung, H. (2023). Pengaruh Bauran Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee Dalam Perspektif Islam. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 5*(2), 730-744.
- Jodi, I. W. G. A. S., Vipraprastha, T., Putra, B. N. K., Prayoga, I. M. S., & Adiyadny, M. S. P. (2022). Impact of Product Quality, Price, and Promotion on Purchase Decision of Dinda Fashion Products in Denpasar. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal), 5*(2), 12874-12880.
- Estikowati, E., Alvianna, S., Patalo, R. G., & Hidayatullah, S. (2022). Influence of Product Quality, Price and Promotion on Purchase Decisions on the Marketplace Shopee. *International Journal of Research in Engineering, Science and Management, 5*(4), 114-118.

- Ardiyansyah, M. (2022). The Effect of Product Quality and Price on Purchase Decisions through Customer Satisfaction at the Marketplace Shopee (Case Study on Employees of PT Wahana Makmur Sejati). *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(2), 11296-11305.
- Siahaan, M., & Christiani, D. (2021). The Effect of Prices and Promotions on Purchase Decisions at Shopee: Case Study of Bhayangkara University Jakarta Raya. *International Journal of Economy, Education and Entrepreneurship (IJE3)*, 1(3), 253-268.
- Yahya, M. Z., & Sukandi, P. (2022). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pengguna Marketplace Shopee Masyarakat Kota Bandung). *Jurnal Bisnis, Manajemen & Ekonomi*, 20(1), 623-635.
- Saktiawan, A. B. (2024). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIMEDIASI OLEH CITRA MEREK SMARTPHONE OPPO. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 13(2), 1285-1305.
- Efendi, F. B., & Aminah, S. (2023). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific (Studi pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 762-766.
- Ratnasari, A. D., Dewi, R. S., & Prihatini, A. E. (2022). Pengaruh Karakteristik Produk Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Pada Generasi Z (Studi Pada Pengguna Shopee). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 576-586.
- Febriani, F. R., & Cahya, S. B. (2022). Pengaruh E-Service Quality Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Menggunakan Fitur Shopee-Food (Studi Pada Mahasiswa Aktif Feb Unesa). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(2), 1658-1668.
- Hidayat, G., Rachma, N., & Asiyah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas

- Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan 2016-2018). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(11)
- Czinkota, M. R., & Kotabe, M. (2023). *Marketing management*. Wiley.
- Kotler, P. T., & Keller, K. L. (2024). *Principles of marketing* (19th ed.). Pearson.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (13th ed.). Pearson.
- Ritonga, W. (2020). *Pemasaran*. PT. Muara Karya.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 untuk Penelitian Empiris. Edisi 3*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Third Edition*. SAGE Publications.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode riset penelitian kuantitatif penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen*. Deepublish.
- Srisusilawati, P., Burhanudin, J., Mochamad Trenggana, A. F., Anto, M. A., Kusuma, G. P. E., Rahmasari, L. F., Suharyati, Mulyani, Ariyani, N., Hadi, P., Manggabarani, A. S., Lestari, F. P., Irawati, N., Octaviani, L. K., Mas Bakar, R., Musafir, & Dewi, I. C. (2023). *Loyalitas pelanggan*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Kotler, P., & Armstrong, Gary. (2021). *Principles of Marketing (Philip Kotler & Gary Armstrong, Eds.; 18th ed.)*. Pearson.
- Aryani, L. (2021). *Analisis Keputusan Pembelian pada Pengguna Aplikasi Gojek Fitur GoFood*. Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi, Volume 2, hlm. 527-540.