

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Moh Zainal. 1992. *Pengurusan Pemasaran*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa.
- Aeni, Hilda Nurul. 2021. Skripsi: “*Pengaruh Harga, Promosi dan Penilaian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Iain Purwokerto)*”. Purwokerto: IAIN Purwokerto.
- Alma, Buchari. 2008. *Kewirausahawan*. Bandung: Alfabeta.
- Angipura, Marius P. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Anshori, Muslich dan Sri Iswati. 2009. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Assauri, Sofyan. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Bassilus. 2015. *Pendekatan Kuantitatif dalam Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Calpulis.
- Batlajery, S dan M. Alfons. 2019. *Analysis of the Effect of Public Relation and Sales Promotion on Decision Making Processes for Buying Water Refills in Merauke*.
- Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Davis, Fred D. 1989. “*Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*”. *MIS Quarterly*. Vol. 133.
- Estu . 2018. “*Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mataharimall.Com*”. jurnal Vol 2, No 2.
- Farisi, Salman dan Qahfi Romula Siregar. 2020. “*Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan*”. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*. Vol. 3 No. 1.
- Fatihudin, Didin dan Anang Firmansyah. *Pemasaran Jasa: Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah, Anang. 2018. *Perilaku Konsumen*. Sleman: CV Budi Utama.

- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gita, Devi dan Retno Setyorini. 2016. “Pengaruh Brand Ambassador terhadap Brand Image pada Perusahaan Online Zalora.co.id”. *e-Proceeding of Management*. Vol. 3 No.
- G, Sharen Tulanggow, Tinneke M. Tumbel, dan Olivia Walangitan. 2019. “Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan pada Pembelian PT. Shopee International Indonesia di Kota Manado”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 9 No. 3.
- Habibah, Ummu dan Sumiati. 2016. “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura”. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*. Vol. 1 No.1.
- Hendryadi, Suryani. 2016. *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenadamedia.
- Hermawan, Asep dan Husna Leila Yusran. 2017. *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Istiani, Panggih Rizki Dwi dan Basuki Hadiprajitno. 2014. *Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening*. *Diponegoro Journal of Accounting*. Vol. 3 No. 2.
- Joan, L & T. Sitinjak. “Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay”. *Jurnal Manajemen*.
- Jogiyanto, Hartono. 2012. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi Kedelapan. Yogyakarta: BPF.
- Kasmir. 2008. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an dan Terjemahannya Juz 1 – Juz 30*. Surabaya : Mekar Surabaya.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler dan Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2010. *Principles of Marketing*. Edisi 13. *United States of America: Person*.
- Kotler, Philip. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, Fandy. 2017. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta: ANDI.
- Lupiyoadi, Rambat. 2018. *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Machfoedz, Mahmud. 2010. *Komunikasi Pemasaran Modern Acuan Wajib Mahasiswa dan Profesional*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Machfudz, Masyhuri. 2014. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Malang: Genius Media Mahanani.
- Munawaroh, Handya Inayatul. 2020. Skripsi: “*Pengaruh Promosi, Kemudahan, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online melalui Sistem E-commerce Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Santri Pondok Pesantren Al Barokah)*”.
- Nugroho, Iqbal Aditya dan Nur Laily. 2022. “*Pengaruh Promosi dan Kemudahan Akses terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Mahasiswa STIESIA Surabaya)*”. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 11 No. 7.
- Prilano, Kelvin Andriasan Sudarso, Fajrillah. 2020. “*Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada*”. *jurnal Business and Economics Research (JBE)*. Vol 1, No 1.
- Rahayu dan Djawoto. “*Pengaruh Kemudahan Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia*”. Vol.6 No.10.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ricki dan Zuli. 2017. *Statistika Penelitian plus Tutorial SPSS*. Yogyakarta: Innosin.
- Rismiati, Catur E. 2006. *Pemasaran Barang dan Jasa*. Yogyakarta: Kanisius.
- Rohmah, Hariyanti. 2019. Skripsi: “*Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Online pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Angkatan 2016-2018 UIN Walisongo di Marketplace Shopee*”.

- Saladin, Djaslim. 2003. *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*. Cetakan Ketiga. Bandung: Linda Karya.
- Sandora, Meri. 2020. “Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Secara Online”. *Jurnal Eko dan Bisnis (Riau Economics and Business Reviewe)*. Vol 11, No 3.
- Saleh, Muhammad Yusuf dan Miah Said. 2019. *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV Sah Media.
- Saputra, Wahyu Oky. 2019. Skripsi: “Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Situs E-commerce LAZADA (Studi pada Mahasiswa Pengguna E-commerce Lazada Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang)”. Malang: UIN Malang.
- Sarmanu. 2017. *Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Statistika*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Sarwono, Jonathan dan Prihartono. 2012. *Perdagangan Online: Cara Bisnis di Internet*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Shinta, Ir. Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.
- Siregar, Sofiyan. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Sonny, Indrajaya. 2016. “Analisa Pengaruh Kemudahan Belanja, Kualitas Produk Belanja di Toko Online”. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*. Vol 5 No. 2.
- Sopiyan, Pipih. 2019. “Pengaruh Strategi Harga dan Visual Merchandising terhadap Keputusan Pembelian Online”. *Jurnal Inspirasi Bisnis & Manajemen*. Vol 3, No 2.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsono, Puguh. 2009. *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: PT Indeks.
- Sujianto, Agus Eko. 2009. *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher.

- Suryana. 2002. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Gema Isnani.
- Swasta, Basu dan Hani Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Syamsul dan Fakhry. 2015. *Model Penelitian Kuantitatif Berbasis SEM\_AMOS*. Yogyakarta: Deepublish.
- Timotius, Kris H. 2017. *Pengantar Metodologi Penelitian: Pendekatan Manajemen Pengetahuan untuk Perkembangan Pengetahuan*. Yogyakarta: ANDI.
- Wiratna dan Endriyanto. 2012. *Statistik Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tonce, Yosef dan Yoseph Darius Purnama Rangga. 2022. *Minat dan Keputusan Pembelian: Tinjauan Melalui Persepsi Harga & Kualitas Produk*. Indramayu: CV. Adanu Abimata.
- Tulanggow, Sharen G. Tinneke M. Tumbel, dan Olivia Walangitan. 2019. "Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan pada Pembelian PT. Shopee International Indonesia di Kota Manado". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 9 No. 3.
- Venkatesh, Viswanath dan Fred D. Davis. 2000. *A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies*. Vol. 46 No. 2.
- Wibowo, I Gede Putro, Gede Riana, dan Made Surya Putra, "Pengaruh Stres Kerja terhadap Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasional Karyawan" *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*. Vol. 4 No. 2.
- Wijaya, Andy. 2022. *The Art Of Digital Marketing: Strategi Pemasaran Generasi Milenial*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Wiratna dan Endriyanto. 2012. *Statistik Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Yusuf dan Lukman. 2019. *Analisis Data Penelitian Teori & Aplikasi dalam Bidang Perikanan*. Bogor: IPB Press.