

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2000. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ari Setiyannigrum, Prinsip-prinsip Pemasaran (Yogyakarta: Offset, 2015), 128.
- Arumsari, D., & Khasanah, I. (2012). *Analisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) Merek Aqua (Studi pada Konsumen Toko Bhakti Mart KPRI Bhakti Praja Provinsi Jawa Tengah)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2014). *Principles of marketing*. Pearson Australia.
- Aziz, A. A., Harahap, D. A., & Maharani, S. A. E. (2022, August). Pengaruh *Brand Image, E-Service Quality dan Digital Payment terhadap Customer Satisfaction* pada Pengguna Shopeefood di Kota Bandung. In *Bandung Conference Series: Business and Management* (Vol. 2, No. 2, pp. 1449-1454).
- Ghozali, F. (2013). Pengaruh *Return On Asset (ROA), Earning Per Share (EPS), dan Debt To Equity Ratio (DER)* terhadap harga saham (studi pada perusahaan properti yang listing di bursa efek Indonesia tahun 2007-2011). *Skripsi Sarjana. Malang. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Vol. 1, No. 2). Jilid.
- Leonardo, B. R., Wenas, R. S., & Poluan, J. G. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Marketplace Shopee Pada Saat Pandemi Covid-19 (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNSRAT). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3), 1721-1730.
- Lemeshow S. DKK. (1997). *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Lidya, L. (2020). Pengaruh Brand Trust dan Daya Tarik Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mesin Circular Saw Merek Tosita pada PT Sahabat Jaya di Pontianak. *BIS-MA (Bisnis Manajemen)*, 4(10).
- Luthfiya, J. (2014). *Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Pada Siswa/I SMA Yayasan Pendidikan Harapan 3 Medan* (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara).
- MAL, Lydia Herlina, et al. Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Di Situs Traveloka. Com Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Humaniora Universitas Dhyana Pura Bali. *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata*, 2018, 13.1.
- Prayitno, Duwi. (2012). *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.

- Putri, L. N. S., & Susilowati, I. H. (2017). Pelaksanaan Promosi Melalui Media Sosial Instagram Pada Toko Zizara Depok. *Cakrawala*, 17(2), 226-36.
- Sari, D. P., & Nuvriasari, A. (2018). Pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk merek eiger (kajian pada mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta). *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 3(2), 73-83.
- Septiani, N. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Fusion*, 1(10), 627-638.
- Shopee PT Shopee International Indonesia. (2020). "Company Profile". Diakses pada tanggal 11 Februari 2024 dari <https://www.linkedin.com/company/shopee/mycompany/>
- Sungadji dan Sopiah, (2013), Perilaku Konsumen, Cetakan Pertama, Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Supranto, J. (2010). Analisis multivariat: arti & interpretasi.
- Tjiptono, F. (1995). *Strategi pemasaran*. Andi Offset.
- Ulum, I., & Juanda, A. (2016). Metode Penelitian Akuntansi; Klinik Skripsi, edisi 2. Malang: Aditya Media Publishing.
- Etzel, M. J., Walker, B. J., & Stanton, W. J. (2001). *Marketing*. McGraw-Hill/Irwin.
- Yani, J. A., Mangkunegara, A. A. A. P., & Aditama, R. (1995). Sugiyono. 2017, Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. bandung: Alfabeta. *Procrastination And Task Avoidance: Theory, Research and Treatment*. New York: Plenum Press, Yudistira P, Chandra, Diktat Ku.