

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N. H. (2015). MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN edisi 1. Bandung, Indonesia: PUSTAKA SETIA. Amstrong dan Kotler.(2008). Pengertian Perencanaan Strategi. Manajemen Strategi Pemasaran, 13.
- Ansari, Dedy, Harahap Dosen, Dan F E Uisu. 2015 “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak Usu (Pajus) Medan.” Jurnal Keuangan Dan Bisnis Vol. 7, No. No. 3: 227 - 242.
- As' ad, A., Basalamah, M. S., & Djamereng, A. (2020). Strategi Pemasaran Jasa dalam meningkatkan Jumlah Nasabah PT. Bank Sulselbar Cabang Syariah Makassar. Jurnal Ekonomika, vol 4(1), hal 73-81.
- Fardiani, A. N., & SUTOPO, S. (2012). analisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan dyriana bakery & café pandanaran semarang (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Graha, G. G. (2016). Pengaruh Desain Produk Dan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Pada Distro Invictus Bandung (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi Unpas).
- Haryanto, A. T. (2021). Pengguna Internet Indonesia Tembus 202, 6 Juta. Dikutip dari <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5407210/pengguna-internet-indonesiatembus-2026-juta>.
- Izella Vania¹ dan Remista Simbolon² Pengaruh Promo Shopeefood Terhadap Minat Beli Pengguna Shopee (Di Daerah Tangerang Selatan) jurnal (hal:46-48) Fakultas Ekonomi Universitas Advent Indonesia
- Indonesia.go.id, 2020 Portal informasi munculnya Corona Virus atau disebut juga dengan COVID-19 di Indonesia.https://kc.umn.ac.id/16985/3/BAB_I.pdf. Diakses pada tanggal 05 juni 2022.
- Jayani Dwi Hadya, 2021 Nilai transaksi e-commerce, Sumber Momentum works dan Transaksi Layanan Pesan Antar Makanan 2020. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/01/29/nilai-transaksi-e-commerce-mencapai-rp-2663-triliun-pada-2020>.https://kc.umn.ac.id/16985/3/BAB_I.pdf. /Diakses pada tanggal 05 juni 2022
- Lenzun, J.J., Massie, J.D.D., dan Adare D. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel. Jurnal EMBA, Unsrat. Vol 2, No. 3, Hal.1237-1245. <https://doi.org/10.24054/EMBA.V2I3.1237-1245>

[://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/5802](http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/5802). Diakses pada 05 juni 2022

Moh rusdi, 2019 Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting Ud. Berkah Jaya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura JSMB Vol. 6 (2) hlm. 49-54 Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis <http://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb>

MUKRAMAH, 2020. Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji Pada Konsumen Kentucky Fried Chicken (Kfc) Cabang Sipin Kota Jambi. <http://repository.uinjambi.ac.id/4931/1/skripsi%20mukramah%20pdf.pdf>

Nasyidah, N., Nurhajati, N., & Wahono, B. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pesan Antar Makanan Shopee Food Di Kota Malang. Jurnal Ilmiah Riset Manajemen, 11(12).

Setyarko, Y. (2016). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online. Jurnal Ekonomika dan Manajemen, Universitas Budi Luhur. Vol. 5, No. 2, Hal. 128-147. <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/ema/article/view/329>. Diakses pada 05 juni 2022.

Statista, 2021 Top Brand E-Commerce di Indonesia. <https://www.statista.com/statistics/869700/indonesia-top-0-e-commerce-sites/>. Diakses pada tanggal 05 juni 2022

Senggetang, Vania, Silvy L. Mandey, and Silcyljeova Moniharapon. "Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado." Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi 7.1 (2019).

Swastha, B., & Handoko, T. H. (2002). Manajemen pemasaran. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty.

Togodly, E., Tarore, H. S., & Tumbel, T. M. (2018). Pengaruh Promosi terhadap Peningkatan Penjualan pada Koperasi Serba USAha Baliem Arabica di Kabupaten Jayawijaya. JURNAL ADMINISTRASI BISNIS (JAB), 6(001).

Wahyono, A., & Ardiansyah, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Digital, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopeefood. Jurnal Manajemen, 6(1), 21-33.