

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2005). Kewirausahaan bagi pelajar dan umum.
- Alma, B. (2006). Pemasaran dan pemasaran jasa. *Bandung: Alfabeta*.
- Astuti, I. P., & Anggresta, V. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Food di Jakarta Selatan. *Jurnal USAHA*, 3(2), 29-35.
- 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(1), 1658- 1668.
- Fetchko, M., Roy, D., & Clow, KE (2018). *Pemasaran olahraga*. Routledge.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamzah, S. A., & Hasanah, Y. N. (2023). Pengaruh Harga dan Promo terhadap Loyalitas Konsumen Shopeefood di Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(2), 119-134.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. unitomo press.
- Jannah, M., Nugroho, S. S., & Gitosudarmo, I. (2019). Peran Keterlibatan Produk Dalam Memoderasi Hubungan Antara Kualitas Layanan Daring Terhadap Kepuasan Daring. *Buletin Studi Ekonomi. Vol*, 24(2).
- Khafidin, K. (2020). "Konsep Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian." *Konsep Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Kodu, S. (2013). Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian mobil Toyota avanza. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*(13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing (17th ed.)*. Pearson Education: Harlow.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). Alih Bahasa: Benyamin Molan. 2005. *Manajemen Pemasaran. Edisi Kesebelas. Jilid, 1*.
- Laksana, Muhammad F. (2019). "Praktis Memahami Manajemen Pemasaran." *Sukabumi: CV Al Fath Zumar*.
- Naufal, M. D. D., & Nalurita, S. (2023). Pengaruh Promosi Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Keputusan Pembelian Shopeefood Pada Mahasiswa Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma Jakarta. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 13(1), 23-34.

- Nuraini, F., & Novitaningtyas, I. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Gacoan Cabang Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 3(2), 50-57.
- Rachmansyah, M. F., Putra, S. S., & Digdowiseiso, K. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Layanan Shopee Food Di Universitas Nasional. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(6), 8970-8979.
- Ramadani, M. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian di toko handphone. *IQTISHADEquity jurnal MANAJEMEN*, 1(2).
- Saladin Djaslim, H. (2003). Konsep Harga. *Penerbit Media Group Cipta*.
- Samosir, C. B. H. (2015). *Pengaruh persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen produk enervon-c* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana).
- Setiawan, B. (2006). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Rambak "Dwijoyo" di Desa Pananggulan Kec. Pegandon Kab. Kendal. *Ekonomi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Semarang*.
- Sugiyono. (2011). *Metode penelitian Kuantitatif, Kuantitatif*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Penerbit CV Alfabeta: Bandung
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian Kuantitatif, Kuantitatif, Kuantitatif dan R&D*.
- Tjiptono Fandy, Anastasia Diana. (2020). "Pemasaran." Yogyakarta: Penerbit Andi.