

## DAFTAR PUSTAKA

- Abriansyah, V., Lukiana, N., & ... (2020). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen STIE Widya Jobman, 260–265. <http://jkm.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/jrm/article/view/298>
- Amstrong, K. dan. (2008). *Prinsip - Prinsip Pemasaran 2*. Erlangga.
- APJII: *Pengguna Internet di Indonesia Capai 196,7 Juta*. (n.d.). Retrieved February 1, 2022, from <https://www.beritasatu.com/digital/696577/apjii-pengguna-internet-di-indonesia-capai-1967-juta>
- Armstrong, K. dan. (2006). *Manajemen Pemasaran* (11th ed.). PT. Indeks Gramedia.
- Assauri, S. (2008). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). PT. Raja Grafindo Persada.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Augusty, F. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Universitas Diponegoro.
- Belqis Huril Zanah, Fauzan Muttaiqien, K. D. (2019). Pengaruh Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rengginang UD Makmur Lumajang. [Http://Proceedings.Stiewidyagamalumajang.Ac.Id/Index.Php/Progress](http://Proceedings.Stiewidyagamalumajang.Ac.Id/Index.Php/Progress).
- Buchari, A. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Irawan, R., Nawangsih, & Bahtiar, R. (2019). Pengaruh Promosi, Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Onderdil Astra Honda Motor (AHM) pada UD. Rasa Motor di Lumajang. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(1), 121–129. <http://jkm.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/jrm>
- Kanuk, S. &. (2007). *Perilaku Konsumen* (2nd ed.). PT. Indek Gramedia.
- Keller, K. dan. (2012). *Prinsip - Prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Khumairo, D. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kapal Api Di Lumajang. *Jurnal Progress Conference*, 1(1), 262–270.
- Kotler dan Amstrong. (2011). *Principle Of Marketing*. Prentice Hall.
- Kotler dan Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT. Indeks.

- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kuncoro, M. (2007). *Metode Kuantitatif, Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. UPP STIM YKPN.
- Kurniawan. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis*. CV. Alfabeta.
- Musfar, T. F. (2016). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran* (Bandung). Media Sains Indonesia.
- Kusuma, R. W. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Fasilitas Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 4(12), 1-17.
- Noviyanti, D. I., & Taufik, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lipstick Wardah Exclusif Matte Lip Cream Mahasiswi STIE Widya Gama Lumajang. 10–16.
- Nugroho, S. (2010). *Perilaku Konsumen* (4th ed.). Kencana.
- Opiida. (2014). BFitri Mar`Atus Sholihah (2018) “Bab Ii Landasan Teori,” *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), hal. 8–24.ab Ii Landasan Teori. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 8–24.
- Orville. (2005). *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Erlangga.
- Penggunaan E-Commerce di Era Digital – Unit Kegiatan Mahasiswa Penulis*. (n.d.). Retrieved February 1, 2022, from <http://penulis.ukm.um.ac.id/penggunaan-e-commerce-di-era-digital>.
- Priyatno, D. (2016). *SPSS Handbook*. Media Kom.
- Putra, E. (2020). Pengaruh Promosi Melalui Sosial Media Dan Review Produk Pada Marketplace Shopee Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi pada Mahasiswa STIE Pasaman). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(3), 467–474. <https://doi.org/10.31846/jae.v8i3.298>
- Rozi, I. A., & Khuzaini. (2021). Pengaruh Harga Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manaemen*, 10, 1–20.
- Saiful, B. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Andi.

- Shopee Jadi *E-commerce* Peringkat Teratas di Indonesia . (n.d.). Retrieved February 1, 2022, from <https://investor.id/business/266394/shopee-jadi-ecommerce-peringkat-teratas-di-indonesianbs>
- Siregar. (2015). *Metode Peneitian Kuantitatif*. Prenadamedia Group.
- Sofian, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Kecana.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni. (2014). *Metodologi Penelitian*. Pustaka Baru.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Andi Offset.
- Survei KIC: Shopee Sumbang Omzet Terbesar untuk UMKM Selama Pandemi - Kompas.com*. (n.d.). Retrieved February 2, 2022, from <https://amp.kompas.com/money/read/2021/05/04/144914526/survei-kic-shopee-sumbang-omzet-terbesar-untuk-umkm-selama-pandemi>.
- Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu.
- Syamsiah, S. N., Muttaqien, F., & Ato'illah, M. (2018). Analisis Pengaruh Brand Image, Brand Awareness Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Toko SJ Tempeh Lumajang. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(1), 114–126.
- Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi.
- Tjiptono, F. (2012). *Prinsip Pemasaran Jasa*. Jogjakarta: Penerbit Andi.
- Tony, W. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa* (2nd ed.). PT. Indeks.
- Wahyuni, S., & Ginting, M. (2017). The Impact of Product Quality, Price and Distribution on Purchasing Decision on the Astra Motor Products in Jakarta.

In *Arthatama Journal of Business Management and Accounting* (Vol.1, Issue1).

Widarjono, A. (2015). *Analisis Multifarat Terapan*. UPP.STIM YKPN.

