

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, G., Ristanto, H., & . C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *JBE (Jurnal Bingkai Ekonomi)*, 6(1), 58–71. <https://doi.org/10.54066/jbe.v6i1.99>
- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21–30. <https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.458>
- Annisa Fadila Tengku Putri Lindung Bulan, S. A. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Electronic Of Mouth Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Online Pada Shopee di Pangkalan Brandan. *JIM Manajemen: Manajerial Terapan*, 1(November), 19–26.
- Ansari. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen ponsel merek samsung. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 7(3), 227–242.
- Arianto, N., & Difa, S. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT Nirwana Gemilang Property. *Jurnal Disrupsi Bisnis : Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang*, 3(2), 108. <https://doi.org/10.32493/drj.v3i2.6299>
- Ariela, I. R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 215–221.
- Astaki, N. P. D. P. P., & Purnami, N. M. (2019). Peran Word of Mouth Memediasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(9), 5442. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i09.p05>
- Dewi, F., Rahayu, L., & Safitri, U. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (studi kasus pada cv. xp Computer, Boyolali). *ekobis : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 8(1), 14–24. <https://doi.org/10.36596/ekobis.v8i1.262>
- Di, S., Palembang, K., Yuvita, H., & Wahab, Z. (2019). *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen, Volume 9, No. 3, Oktober 2019*. 9(3), 431–446.
- Di, W., & Bangkalan, K. (2016). *ditolak dan H*.
- Goleman et al., 2019. (2019). Peran Kepercayaan dalam Perilaku Pelanggan Bertransaksi Online. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

- Halin, H. (2018). EcoMent Global 167. *Hamid Halin*, 3, 167–182.
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor – faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike di Kota Medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 06(01), 37–43.
- Haryoko, U. B., & Febriyanti. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shop Bebenito Group Tangerang Selatan. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 3(1), 78–95. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/DRB/article/view/4291/3223>
- Henri. (2018). bab 2. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 7–11.
- Hermiati, R., Asnawati, A., & Kanedi, I. (2021). Pembuatan E-Commerce Pada Raja Komputer Menggunakan Bahasa Pemrograman Php Dan Database Mysql. *Jurnal Media Infotama*, 17(1), 54–66. <https://doi.org/10.37676/jmi.v17i1.1317>
- Ii, B. A. B., & Konsumen, P. P. (2012). *The American Asociation*. 11–42.
- Ii, B. A. B., & Pelayanan, A. K. (2017). *Hubungan Kemampuan Kerja...*, Dewi Panuntun, *Fakultas Psikologi, UMP*, 2017. 14–44.
- Ii, B. A. B., & Pustaka, T. (2013). *No Title*. 6–18.
- Julita, S., & Syaifullah. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Ng Tech Supplies Di Kota Batam. *Scientia Journal*, 3(1), 3. http://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/article/view/2770
- Kusuma, E. P. (2021). *Pengaruh persepsi harga, brand awareness, dan brand image terhadap keputusan pembelian pada air mineral aqua di kelurahan tompokersan, kecamatan lumajang*.
- Lutfi, A. M., & Sunardi, N. (2019). Pengaruh Current ratio (cr), Return on equity (roe), dan Sales growth terhadap Harga Saham yang berdampak pada kinerja keuangan perusahaan (Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman Yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal sekuritas (Saham, Ekonomi, Keuangan Dan Investasi)*, 2(3), 83. <https://doi.org/10.32493/skt.v2i3.2793>
- Mamesah, P. R. E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Lucky Inn Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(1), 46–52.

- Manampiring, A., & Wenas, R. (2016). Analisis Produk, Harga, Lokasi, Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kartu Kredit Pt. Bank Mandiri Tbk. Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(2), 1313–1322. <https://doi.org/10.35794/emba.v4i2.12545>
- Mileva, L., & Dh, ahmad fauzi. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* (Vol. 58, Issue 1).
- Mtsweni, E. S., Hörne, T., Poll, J. A. van der, Rosli, M., Tempero, E., Luxton-reilly, A., Sukhoo, A., Barnard, A., M. Eloff, M., A. Van Der Poll, J., Motah, M., Boyatzis, R. E., Kusumasari, T. F., Trilaksono, B. R., Nur Aisha, A., Fitria, -, Moustroufas, E., Stamelos, I., Angelis, L., ... Khan, A. I. (2020). Peran Penggunaan Shopee Sebagai Media Promosi Online Shop Dalam Meningkatkan Laba Di Tinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam. *Engineering, Construction and Architectural Management*, 25(1), 1–9. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jss.2014.12.010><http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.03.034><https://www.iiste.org/Journals/index.php/JPID/article/viewFile/19288/19711><http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.678.6911&rep=rep1&type=pdf>
- Muchlisin, mayani kurnianty. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi Dan Bisnis Umsu). *Skripsi*.
- Mulyana, M. (2019). *Strategi Promosi Dan Komunikasi*. 57–63. <https://doi.org/10.31227/osf.io/v7dfr>
- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(2), 1–20.
- Nugroho, Iskan Aryo ; Dirgantara, I. M. B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra merek dan Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada PT. Havindo Pakan Optima). *Jurnal Manajemen*, 10(1), 1–11.
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta. *JBMA – Vol. IV, No. 2, September 2017 ISSN : 2252-5483*, IV(2), 60–69.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *metode penelitian kuantitatif* (3rd ed.). widyagama.
- Pembelian, K., & Di, S. (2014). *Fajar Sport Kecamatan Pedurungan kota Semarang*.

- Pembelian, T. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa pengguna Produk sepatu Merek converse di fisip Universitas Merdeka Malang). *Bisnis Dan Manajemen*, 74–85.
- Prihatiningrum, R. R. Y., Rahmawati, E., & Ariandi, M. S. (2020). Analisis Pengendalian Kualitas Produk Dengan Menggunakan Statistical Quality Control (Sqc) Pada. *Bisnis Dan Pembangunan*, 9(2), 1–13.
- Purnama, L., Suyani, T., & Hadipamungkas, N. E. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Online Gojek Di Kota Tangerang. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 2, 1.
- Purwatmini, N., & Rosmalia. (2016). Bauran Promosi Ban Ecopia ep 150 Di PT Bridgestone Tire Indonesia Jakarta. *Administrasi Kantor*, 4(1), 1–13.
- Rami Syah Putridan Indra Safri. (2015). 1283-Article Text-3027-1-10-20180308. *Pengaruh Promosi Penjualan Dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Mitsubishi Pada Pt. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru*, 1(2502–1419), 1–25.
- Ratna Ekasari1, T. A. P., Pelayanan, P. K., Keputusan, T., Konsumen, P., Ekasari, R., Putri, T. A., & Ekonomi, F. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi ” harga, ” dan ” lokasi terhadap ” keputusan ” pembelian konsumen. *Iqtishadequity*, 3(2), 83.
- Santoso, E. B., & Samboro, J. (2017). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Adbis: Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 11(1), 1. <https://doi.org/10.33795/j-adbis.v11i1.9>
- Selly, S., Lie, D., Efendi, E., & Nainggolan, N. T. (2019). Pengaruh Iklan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Situs Belanja Online Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa Semester Vi Program Studi Sarjana Manajemen Stie Sultan Agung). *Sultanist: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 46–55. <https://doi.org/10.37403/sultanist.v7i1.136>
- Soepeno, D., Tumbel, A., & Umboh, S. (2015). Analisis Kualitas Produk, Brand Image Dan Life Style Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita Di Mississippi Manado Town Square. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 1096–1105. <https://doi.org/10.35794/emba.v3i1.7874>
- Sugiono. (2019). *metode penelitian & pengembangan*.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. alfabeta.

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. CV Alfabeta.
- Suhatman, S., Sari, M. R., Nagara, P., & Nasfi, N. (2020). Pengaruh Atribut Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Kota Pariaman di Toko Online Shopee. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 1(2), 26–41. <https://doi.org/10.47747/jbme.v1i2.81>
- Sumaa, S., Soegoto, A. S., & Samadi, L. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli Di E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado) the Influence of Product Quality, Price and Advertising Social Media on Buy. *304 Jurnal EMBA*, 9(4), 304–313.
- Tamengkel, L. F. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Pada CV. LION di Ternate. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 6(004), 62–69. <https://doi.org/10.35797/jab.6.004.2018.21090.62-69>
- Tjiptono. (2017). *Li, B A B Pelayanan, A Kualitas Pelayanan, Pengertian Kualitas*.
- Witarisma, Si. W. (2017). Analisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 53(9), 1689–1699. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/1050>
- Yuni Siti Nuraeni, D. I. (2021). Pengaruh Online Customer Review, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ubsi). *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(4), 441.