

Daftar Pustaka

- Adhawiyah, N., & Yuniati, T. (2018). Pengaruh harga, promosi, kepercayaan, dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian melalui aplikasi shopee. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(6).
- Armstrong, Kotler 2015, "Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition" , England : Pearson Education, Inc
- Astuti, R. L. M. B., & Santoso, H. P. (2016). Pengaruh Promosi Online Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Konsumen Tas Online Shop Fani House. *Interaksi Online*, 5(1), 1-10.
- Devi, L. K. I. (2019). *Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee (studi kasus pada mahasiswa di Surabaya)* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Farisi, Salman, And Qahfi Romula Siregar. "Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Di Kota Medan." *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 3.1 (2020): 148-159.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Pengantar E-Marketing*. Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, M. Anang. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2018.
- Gama, A. W. S., Rustiarini, N. W., & Anggraini, N. P. N. (2018). Imaging and Purchasing Decision in Traditional Art Market. *International research journal of management, IT and social sciences*, 5(2), 175-185.
- Havidz, H. B. H., & Mahaputra, M. R. (2020). Brand image and purchasing decision: analysis of price perception and promotion (literature review of marketing management). *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 1(4), 727-741.
- Hidayat, G., Rachma, N., & Asiyah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan 2016-2018). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(11).
- Islamiyah, D., Kurniati, R. R., & Krisdianto, D. Analisis Pengaruh Celerity Endorser Dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop.

- Jamaludin, A. (2015). Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop Di Kota (Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 21(1).
- Junaidi, J. 2012. *Ekonomitrika*. Jambi . Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi
- Kotler, Keller, 2012, *Marketing Management: 14 Edition*, New Jersey: Prentice Hall, Pearson Hall, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2016. *Marketing Management*. 15th Edition, New Jersey : Pearson Education Limited.
- Kurniawan, Kanada.2020. Pengertian Strategi Pemasaran (Di Akses Tanggal 15 Januari 2021) <https://Projasaweb.Com/Pengertian-Strategi-Pemasaran/>
- Kurniawan, Kanada.2020. Pengertian Strategi Pemasaran (Di Akses Tanggal 24 februari 2021)<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>
- Novianto, C. D. (2018). *Pengaruh Promosi Online Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Tokopedia. Com (Studi Pada: Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)* (Doctoral Dissertation, Wijaya Kusuma Surabaya University).
- Nurgayatri, A. R., & Suyanto, A. (2016). Pengaruh promosi online pada media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen brand elmeira. *Eproceedings of Management*, 3(3).
- Prastowo, L. (2016). *Pengaruh Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian* (Doctoral Dissertation, Manajemen-Fakultas Ekonomi).
- 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.
- Putri, W. Y. (2017). *Pengaruh Regulator, Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Carbon Emission Disclosure (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2014-2016)* (Doctoral Dissertation, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unpas Bandung).
- Ratnasari, s. L., se, m., gandhi sutjahjo, s. T., kustina, w., & simanullang, r. M. L. (2019). *Mengabdikan dan peduli bersama rumah singgah dan rumah belajar cinderella kota batam*. Penerbit qiara media.

Rosida, R., & Haryanti, I. (2020). Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harsga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Nithalian Collection Bima). *Journal Of Business And Economics Research (JBE)*, 1(2), 150-160.

Saputra, D. H., Sutiksno, D. U., Kusuma, A. H. P., Romindo, R., Wahyuni, D., Purnomo, A., & Simarmata, J. (2020). *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*. Yayasan Kita Menulis.

Sari, Yudiana. "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Giant Supermarket (Pt. Hero Supermarket Tbk) Di Bandar Lampung." *Industrika* 2.1 (2018).

[Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta](#)

Susilawati, E., & Dhaniawaty, R. P. (2019). Pengaruh ict dan promosi online terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada mahasiswa prodi sistem informasi unikom pengguna online shop). *Majalah Ilmiah UNIKOM*, 17(1), 43-52. Tulangow, S. G., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. (2019). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian PT. Shopee International Indonesia Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 9(3), 35-43.

Tunnufus, Z., & Wulandari, A. (2019). Pengaruh Harga dan Jenis Media Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada E-Commerce Shopee di Kabupaten Lebak. *The Asia Pacific Journal Of Management Studies*, 6(1).

Varma, M., Kumar, V., Sangvikar, B. V., & Pawar, A. (2020). Impact of social media, security risks and reputation of e-retailer on consumer buying intentions through trust in online buying: A structural equation modeling approach. *Varma, M., Kumar, V., Sangvikar, B., and Pawar, A. (2020). Impact of Social Media, Security Risks and Reputation of E-Retailer on Consumer Buying Intentions through Trust in Online Buying: A Structural Equation Modeling Approach. Journal of Critical Reviews*, 7(1), 119-127.

Wahyudin, K., & Rachma, N. (2017). Pengaruh Pemasaran Via Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Three Second Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Tahun 2013-2015 Universitas Islam Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 6(07).

Widyaningrum, P. W. (2016). Peran media sosial sebagai strategi pemasaran pada sewa kostum Meiyu Aiko Malang. *Al Tijarah*, 2(2), 230-257.