

DAFTAR PUSTAKA

- SAndrean, A., Nugroho, N., Hutabarat, F. A. M., Anggraini, D., & Supriyanto, S. (2021). Keterkaitan Harga , Promosi , dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa di Aplikasi Shopee. *Seminar Nasional Sains Dan Teknologi (SENSASI)*, 240–244.
- Cicilia, S., & Dr. Osly Usman, M. B. (2020). *EFFECT OF E-COMMERCE , PRODUCT QUALITY AND PROMOTION ON PURCHASE DECISION*.
- Dwijantoro, R., Dwi, B., & Syarief, N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 63.
<https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.162.392>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heriyanto, Rachma, N., & Asiyah, S. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Bukalapak (Studi Kasus Mahasiswa Feb Angkatan 2016 Universitas Islam Malang)*. 56–72.
- Hilda, N. A. (2021). *Pengaruh Harga, Promosi, dan Penilaian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Purwokerto)*. April, 115. <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/10242>
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*. (2002). Jakarta: PT.Prehalindo.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principles of Marketing Global 14th edition*.

New Jersey: Prentice.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2013). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12.*

Penerbit Erlangga.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing. Edisi 15 Global*

Edition. Pearson.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Dua Belas.*

Jilid Satu. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson*

Education, Inc.

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.*

Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga*

dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di

Marketplace. 1096–1104.

Penjelasan, P. S. (2014). *LAMPIRAN Lampiran 1: Kuesioner.* 41–62.

Puspadewi, B. D. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk, dan

Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Toko Buku

Diskon Togamas Kotabaru Yogyakarta). *Skripsi Manejemen Bisnis,* 151–

156.

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.

- Santoso, D. T. T., & Purwanti, E. (2013). *Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Produk Operator Seluler Indosat-M3 Di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang*. 6(12), 112–129.
- Sukmawati, B. S. N., & Setiawati, C. I. (2021). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee. *E-Proceeding of Management*, 8(4), 3354–3363.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset*.
- Wiyono, G. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis dengan SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0*. UPP STIM YKPN.
- Yoeliastuti, Y., Darlin, E., & Sugiyanto, E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Penjualan Online Shopee. *Jurnal Lentera Bisnis*, 10(2), 212.
<https://doi.org/10.34127/jrlab.v10i2.425>
- 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.