

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Wibowo, R. (2019). Manajemen Pemasaran - Radna Andi Wibowo - Google Buku. In *Radna Andi Wibowo*. https://books.google.co.id/books?id=vgywDwAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&printsec=frontcover&dq=manajemen+pemasaran&hl=id&redir_esc=y#v=onepage&q=manajemen+pemasaran&f=false
- Destarini, F., & Prambudi, B. (2020). Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen 212 Mart Condet Batu Ampar. *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen*, 10(1), 58–66.
- Devi, D. A. C. R., & Indiani, N. L. P. (2023). Pengaruh E-Service Quality, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Lazada Di Era Covid-19. *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 6(1), 53–67. <https://ejournal.iaimbima.ac.id/index.php/jesa/index>
- Fahrevi, S. R., & Satrio, B. (2018). PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE DI SHOPEE.CO.ID. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(3).
- Fakhrudin, A., Roellyanti, M. V., & Awan. (2022). *BAURAN PEMASARAN* (1st ed.). Penerbit Deepublish.
- Fenny Krisna Marpaung, Markus Willy Arnold S, & Asyifa Sofira, S. A. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen*, 7(1), ISSN. <http://ejournal.lmiimedan.net>
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate. In *Alfabeta* (Vol. 1, Issue 1, pp. 1–99).
- Gracia, B. A., Dipayanti, K., & Nufzatutsaniah, N. (2024). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 7(3), 275–292. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v7i3.41049>
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>
- Gusandra, M., Program, S., & Manajemen, S. (2019). PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-LOYALTY MELALUI E-SATISFACTION (STUDI PADA PELANGGAN TOKO ONLINE SHOPEE DI KOTA MEDAN). *Jurnal Mantik Penusa*, 3(1), 190–195. <https://iocscience.org/ejournal/index.php/mantik/article/view/141/96>

- Hubster. (2022). satu tablet , satu printer untuk semua pesanan online . *Scribd*, Hubster.
- Iman, F. N., Rachmawati, I. K., & Alamsyah, A. R. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Layanan Grabfood. *Jurnal Cahaya Mandalika*, 194–202.
- Indrasena, R. W., & Budiarti, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Food. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 1–15.
- Jayani, D. H. (2019). *Indonesia Peringkat Kelima Dunia dalam Jumlah Penggunaan Internet*. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/ffe2d996389501e/indonesia-peringkat-kelima-dunia-dalam-jumlah-pengguna-internet>.
- Joseph F. Hair, Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis*.
- Khanaya Putri, & Finnah Fourqoniah. (2023). Pengaruh Promosi Dan Shopping Emotion Serta Pembelian Impulsif Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise Nct. *Journal of Applied Business Administration, Maret*, 1–8.
- Kotler, & Armstrong. (2018). *Principles Marketing* (17th ed.). Harlow : Pearson Education.
- Kotler, & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Latief, F. L., Firman, A., & Dirwan, D. (2023). Keputusan Pengguna Gopay dari Aspek E-Service Quality, Promosi dan Harga. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 391–400. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1.3060>
- Mitalia, M. (2023). PENGARUH HARGA DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA LAYANAN APLIKASI VIDIO. *Jurnal DIALOGIKA : Manajemen Dan Administrasi*, 4(2). <https://doi.org/10.31949/dialogika.v4i2.7568>
- Mubarak, M. H. (2019). *PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-CUSTOMER SATISFACTION SERTA DAMPAKNYA TERHADAP REPURCHASE INTENTION*.
- Mulyadi, M. N. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lapis Talas Kujang Bogor untuk Keperluan Usaha Waralaba. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(3), 511–518.

<https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i3.1539>

- Mulyana, S. (2021). Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee Di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 185–195. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v7i2.665>
- Prasetyo, H. D., & Purbawati, D. (2017). Pengaruh E-Service Quality dan E-Security Seals terhadap E-Satisfaction melalui Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce (Studi Kasus pada Konsumen Lazada Indonesia). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1, 164–173.
- Rika Widianita, D. (2023). Pengaruh E-Service Quality dan Brand Image terhadap E-Satisfaction dan E-Loyalty pada Pengguna Tiktok Shop. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1–19.
- Riyadi, S. A., Usep Suhud, & Osly Usman. (2023). Pengaruh E-Service Quality dan Brand Image Terhadap E-Satisfaction dan E-Loyalty pada Pengguna Tiktok Shop. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 4(1). <https://doi.org/10.21009/jbmk.0401.01>
- Sri Wdyanti Hastuti, M. A., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 99–102. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v8i2.622>
- Suayong, K. M. (2023). PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SHOPEEFOOD DI KOTA YOGYAKARTA T. *Skripsi*, 1–23.
- Sugiyono, D. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2023). *Metodologi Penelitian : Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami*. Pustaka Baru Press.
- Teddy Chandra, S. C. (2021). *Service Quality dan E-Service Quality*. PENERBIT CV. EUREKA MEDIA AKSARA.
- Tjiptono. (2019). *STRATEGI PEMASARAN*. Penerbit Andi.
- Tjiptono & Chandra. (2019). *Strategi Pemasaran*.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *PEMASARAN : ESENSI & APLIKASI*. Penerbit Andi.