

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, I., Wirawan, R., & Irdiana, S. (2018). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Indomaret di Kecamatan Lumajang. *PROGRESS Conference*, 1(1), 255–261.
- Arianty, N. (2017). Manajemen Pemasaran. *Kumpulan Jurnal Dosen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*, 8(10).
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 : Update PLS Regresi. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- _____. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 25. *Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi Universitas PGRI Madiun*.
- Gitosudarmo, I. (2014). Manajemen Pemasaran. In *BPFE*.
- Hurriyati, R. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta.
- Iprice. (2021). *Map of Ecommerce*. [https:// www.iprice. co.id/ insights/ mapofecommerce/](https://www.iprice.co.id/insights/mapofecommerce/)
- Iswandari, & Fitriyah, L. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya). *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 2(1), 89–97.
- Kotler, P., (2012). Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13. Jilid 1. In *Prinsip-Prinsip Pemasaran*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Marketing management (13th ed.). In *Prentice Hall*.
- _____. (2016). Marketing Mangement. In *Pearson Edition Limited*.
- MTVN. (2016). *Pertumbuhan Pasar E-commerce Indonesia Paling Tinggi di Dunia*. Lampost.Co. <https://m.lampost.co/berita-pertumbuhan-e-commerce-indonesia-paling-tinggi-di-dunia.html>
- Mujiyana, M., & Elissa, I. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online. *J@TI UNDIP : JURNAL TEKNIK INDUSTRI*, 8(3), 143–152. <https://doi.org/10.12777/jati.8.3.143-152>

- Natalia, P., & Mulyana, M. (2014). Pengaruh Periklanan dan promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 2(2), 119–128.
- Nuraini, & Annisa. (2018). Indonesia initiatives in measuring e-commerce. *Highlevel Seminar on The Digital Economy: A Policy and Statistical Perspective*.
- Polla, F. C., Mananeke, L., & Taroreh, R. N. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan pembelian Pada PT. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset EKonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 6(4).
- Prawira, E. Y., & Sukardi. (2020). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo Pada Masyarakat Kota Yogyakarta. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 9(1), 64–75.
- Rahayu. (2019). *Pertumbuhan E-Commerce Pesat di Indonesia*. Wartaekonomi.Co.Id.
<https://www.google.com/amp/s/amp.wartaekonomi.co.id/berita216302/pertumbuhan-e-commerce-pesat-di-indonesia>
- Sari, C. A. (2015). Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga. In *Universitas Airlangga*. Universitas Airlangga.
- Sari, M. P., Rachman, L. A., & Ronaldi, D. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk YOU. *Jurnal Entrepreneur Dan Bisnis (JEBI)*, 1(2).
- Sibero. (2013). *Web Programming Power Pack*. Mediakom.
- Sofyan Assauri. (2013). Manajemen Pemasaran. In *PT Raja Grafindo Persada*.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51.
<https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>
- Stanton, W. J. (2000). Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1 Edisi ke 3, Alih Bahasa oleh Yohanes Lamarto. In *Jakarta: Erlangga*.
- Sudaryono. (2016). Manajemen Pemasaran dan Implementasi. *PT. Prehallindo. Jakarta*.

- Sugiyono. (2013). Metode penelitian pendidikan:(pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D). *Bandung: Alfabeta*.
- _____. (2015). Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D. *Bandung : Alfabeta*.
- _____. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif,dan R&D. *Bandung : Alfabeta*.
- _____. (2017). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Alfabeta.
- Sumiati, & Gea, D. (2021). Pengaruh Harga, Brand Image, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Bermerek Pada PT. Bernofarm. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 16(1), 57–67.
- Sunyoto, D. (2013). Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Konsep, Strategi, Dan Kasus. In *Caps*. Caps.
- Supriyanto, A. (2005). Pengantar Teknologi Informasi (HVS). In *Test Jurnal*.
- Tjiptono, F. (2008a). Dimensi Kualitas Produk. In *Quality Management*.
- Tjiptono, F. (2008b). Pemasaran Strategi. In *Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta*.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). Service, Quality & Satisfaction. In *Edisi 4*.
- Widyanita, F. A. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan E-Commerce Shopee Indonesia pada Mahasiswa FE UII Pengguna Shopee*. Universitas Islam Indonesia.
- Yazid, I., & Hidayat, W. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Apotek K-24 Jl. Gajah Mada Yogyakarta)*. 40.