

## Daftar Pustaka

- Agustina, E., Lie, D., Nainggolan, N. T. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar. *Maker Jurnal Manajemen*, 5(1).
- Ahdiat, A. (2023). *Pengunjung Shopee Makin Banyak, Bagaimana E-Commerce Lain?*. Diakses melalui <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/pengunjung-shopee-makin-banyak-bagaimana-e-commerce-lain>.
- Alam, R. S., Hamid, R. S., Sapar. (2022). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Digital, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada UMKM. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (Performa)*, 19 (01). <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/performa/index>  
<https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/performa/index>  
[altly-adan-keuntungannya-1y62VyQcK6a/full](https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/performa/index)
- Andryusalfikri., Wahab, Z., Widiyanti, M. (2019). Effect of Trust, Quality of Products and Quality Services on Purchase Decisions on E-Commerce Shopee in Palembang City. *International Journal of Management and Humanities (IJMH)*, 3(12).
- Anwar, I. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 4, (12).
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- As'ad, H. A., & Alhadid, A. Y. (2014). The impact of social media marketing on brand equity: An empirical study on mobile service providers in Jordan. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 3(1), 315-345.
- Bimantara, I. M. W. & Heryanda, K. K. (2021). Peranan Media Sosial dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Rekaman di Demores Rumah Musik. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 13(1), 108-116 <http://dx.doi.org/10.23887/jjpe.v13i1.32312>
- Bryman, A. (2012). *Social Research Methods*. Oxford: Oxford University Press.
- Danish, M., Farmeena., Ehmer, M. (2014). Growing Importance of E-Commerce in Global Market. *Information and Knowledge Management*, 4(5), 48-51.
- Devi, L. K. I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa di Surabaya).

- Faulina, A. Dewi, R. S., Arif, E. (2021). Fenomena Online Shopping sebagai Gaya Hidup dan Strategi Pemberdayaan Ekonomi Umat Islam di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 12(1).
- Feigen, B. (2012). *Kendali Mutu. Terpadu (alih bahasa)*. Jakarta: Erlangga.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gomes, S., Lopes, J. M. (2022). Evolution of the Online Grocery Shopping Experience during the COVID-19 Pandemic: Empiric Study from Portugal. *J. Theor. Appl. Electron. Commer. Res*, 17, 909–923. <https://doi.org/10.3390/jtaer17030047>
- Hadita., Widjanarko, W., Hafizah. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Smartphone Terhadap Keputusan Pembelian di Masa Pandemi Covid19. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 20(3), 261-268.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. and Anderson, R.E. (2010) *Multivariate Data Analysis*. 7th Edition, Pearson, New York.
- Harahap, D. A. (2018). PERILAKU BELANJA ONLINE DI INDONESIA: STUDI KASUS. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(2), 193-213. <https://doi.org/10.21009/JRMSI.009.2.02>
- Kotler, P., Armstrong, G. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (7th Ed.)*. Erlangga: Jakarta
- Kotler, P., Keller, K. (2016). *Manajemen Pemasaran (13th Ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Kumparan. (2022). Tingkatan Member Shopee Loyalty dan Keuntungannya. Diakses melalui <https://kumparan.com/berita-hari-ini/tingkatan-member-shopee-loy>
- Magfira, N. (2019). Pengaruh Kualitas Barang Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Makassar).
- Meutia, K. I., Hadita., Widjarnarko, W. (2021). Dampak Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 2(2).
- Nanda, N. N. (2019). The Influence of E-Commerce, Product Prices and Product Design on Purchasing Decisions in Souvenir Shop Tauko Medan. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 2(3).
- Neti, S. (2011). Social Media And Its Role In Marketing. *International Journal of Enterprise Computing and Business System*, 1(2).



- Ningsih, S., Pradanawati, S. L. (2021). The Influence of Brand Image, Price and Promotion on Purchase Decision (Case Study on Gea Geo Store). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(3).
- Pardede, R., & Manurung, R. (2014). Analisis Jalur (Path Analysis): Teori dan Aplikasi Dalam Riset Bisnis. Jakarta: Rineka Cipta.
- Pauzi, M. R., Hadita,., Dovina. (2023). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Intervening Minat Beli Voucher Game Valorant (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economica*, 2(9).
- Pradana, M. (2015). Klasifikasi Bisnis E-Commerce di Indonesia. *MODUS*, 27(2), 163-174.
- Ravi, B., Kumar, S. S. (2021). Social Media Marketing: a Conceptual Study. *IJRAR*, 8(1).
- Ruslan, R. (2013). *Metode Penelitian PR dan Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Saladin, S. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran*. Jasa. Bandung. Alfabeta Bandung
- Sapitri, T., Rohandi, M. M. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian di Flashy Bandung Shop Bandung. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 2(1). <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v2i1.239>
- Suarditini, D. (2023). Strategi Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Bakso dan Mie Ayam Pakde Kembar (Studi Dikantin Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis*, 1(1).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sunjoyo et al (2013). *Akuntansi - studi dan pengajaran IBM SPSS 21.0 (Program komputer) Statistik*. Bandung: Alfabet
- Suprpto, R., Azizi, Z. W. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Myria Publisher
- Swastha, B., Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty: Yogyakarta
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan, dan Penelitian* (4th ed.), Yogyakarta: ANDI

Walyoto, S., Sujarwati, S. (2022). Pengaruh Pemasaran Syariah Media Sosial, Kualitas Produk, Harga, dan Review Pelanggan Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 2210-2220

