

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, S. (2021) Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Surabaya). Skripsi S1. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Aviola, L. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Shopee Di Kota Medan. Skripsi S1. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Dewi, N. P. S., & Suartina, I. W. (2022) Pengaruh Brand Awareness dan *Brand image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee. Jurnal Widya Amrita , Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata, 2(2), 559.
- Dairobi, A., Sembiring, Z., Hutasuhut, J. (2022) Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Aplikasi Lazada Di Desa Sampecita Kecamatan Kutalimbaru Kabupaten Deli Serdang). Jurnal Bisnis Mahasiswa. 2(3),332.
- Fakhroh, I. L. (2019). Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia. Skripsi S1. Universitas Muhammadiyah Gresik.
- Firmansyah, M. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy). Qiara Media.
- Ghozali, I. (2017). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hasanah, N., Usman, O. (2021). *Influence of Brand image, Price, and Product Quality on Purchase Decision on Lazada E-commerce*. Social Science Research Network.
- Hidayat, C. N. (2021). Pengaruh *Brand image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bhinneka.com. Skripsi S1. Universitas Telkom.

- Hermawan, E. (2022). Competitive Strategy, Competitive Advantages, dan Marketing Performance pada *E-commerce* Shopee Indonesia. *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta (JKMT)*. 1(1), 5-6.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Iqbal, M. A., Waluya, A. I., Indradewa, R. (2019). How Product Quality, *Brand image*, And Customer Satisfaction Affect The Purchase Decisions Of Indonesian Automotive Customers. *International Journal of Service Economics and Management*. 10(2), 187-189.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity*, 4e Global Edition. England : Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller K. L. (2016). *Marketing Management*, 15e Global Edition. New York : Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Amstrong G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga
- Kotler, P., Keller K. L. (2016). *Marketing Management*, 15<sup>th</sup> Edition. Harlow : Pearson Education Limited.
- Malau, H., (2017). *Manajemen Pemasaran. Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung : Alfabeta.
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran : Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung : Media Sains.
- Norvadewi., Sampe, F., Ardianto, R., Yusuf, M. (2023). *The Impact Of Brand image And Price Online Product Purchase Decisions At Shopee*. *Asian Journal of Management Entrepreneur and Social Science*. 3(1), 346-349.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Media Sahabat Cendekia.
- Pramaisella, M., Usman, O. (2021). *Influence Of Brand image, Price, And Product Quality On Shopee User Purchase Decision (Shopee User Study In Jabodetabek)*. *Social Science Research Network*. 17-19.

- Pranata, I. Y. I., Wahab, Z., Widiyanti, M. Rosa, A. (2022). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-commercelazada* Indonesia. *Jurnal Manager Review*. 4(1),4.
- Priyanto, D. (2014). *SPSS 22 : pengolahan data terpraktis*. CV Andioffset.
- Priyanto, D. (2017). *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Ramadhan, R. D. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Kemudahan Transaksi Pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). Skripsi S1. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Riduwan, & Akdon. (2010). *Rumus dan Data dalam Analisis Data Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Rizki, G. A. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-commerce* Shopee Indonesia. Skripsi S1. Universitas Brawijaya.
- Rizki, G. A., Kadarisman H., Rahma, L. D. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-commerce* Shopee Indonesia ( Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015 / 2016 dan 2016 / 2017 Yang Membeli Barang Secara Online di E- commerce. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 72(2),49–56.
- Sari, P. C., Dasmadi., Puji, L. (2020). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Mengambil Keputusan Pembelian Produk ( Studi Kasus Pada Industri Tahu Dadi Jaya Di Boyolali Tahun 2020 ). *Ekobis: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 8(2), 51-52.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tarmidi, D., Dosinaen, Y. P. R. P., Siahaan, A. S., Azzado, T., Napitulu, G. A. S. (2021). *The Effect of Product Innovation and Price on Purchasing Decisions on Shopee Users in*

*Bandung in 2021(Case Study on Electronic Products Labeled Shipping fromOverseas).*  
Turkish Journal of Computer and Mathematics Education. 12(4),752.

Tjiptono, F. (2019). Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian. Yogyakarta: Andi Publisher.

Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). Pemasaran Strategik (3rd ed.).

Tyas, S. A., & Hartelina. (2021). Pengaruh Promosi dan *Brand image* terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-commerce* Bukalapak. Ekobis: Journal of Management, 4(1), 195.