

DAFTAR PUSTAKA

- Abduh, M., Alawiyah, T., Apriansyah, G., Abdullah, R., & Afgani, M. W. (2023). *Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer Survey Design : Cross Sectional dalam Penelitian Kualitatif Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer*. 3(1), 31–39.
- Adun Agustian. (2023). *Jumlah Mahasiswa di Kota Bandung, Universitas Negeri dan Universitas Swasta*. <https://www.lintaside.com/pendidikan/4048931455/jumlah-mahasiswa-di-kota-bandung-universitas-negeri-dan-universitas-swasta>
- Ajike, E. O., Aderimiki, J. A., Bamidele, A. G., & Nwankwere, I. A. (2024). Customer Purchase Decisions of Clothing Amongst Students in Nigerian Private Universities: the Effect of Digital Advertising. *Innovative Marketing*, 20(3), 209–223. [https://doi.org/10.21511/im.20\(3\).2024.17](https://doi.org/10.21511/im.20(3).2024.17)
- Alfiani, L., Fitriadi, B. W., & Pauzy, D. M. (2024). *Pengaruh Periklanan , Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Rokok Herbal PT . Tridaya Sinergi Indonesia (Survei pada Konsumen Rokok Herbal PT . Tridaya Sinergi Indonesia)*. 3(3).
- Alisyahbana, A., Agit, A., Putro, A., Hasbiah, S., Riwu, Y., Santoso, R., Hasiansa, I., & Nurmahdi, A. (2023). *Ekonomi Digital 4.0 (T. Media, Ed.)*. Tahta Media Group. <https://tahtamedia.co.id/index.php/issj/article/view/321/323>
- Amalia, C. D., Azhad, M. N., & Rahayu, J. (2024). Analisis Pengaruh Hardball Strategi (Desain Produk, Tagline Dan Pesan Iklan) Terhadap Keputusan Pembelian Ades Di Kabupaten Jember. *Growth*, 22(1), 49. <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v22i1.4248>
- Amstrong, Gary & Philip, K. (2019). *Dasar-Dasar Pemasaran*.
- Anggreni, D. (2022). *Penerbit STIKes Majapahit Mojokerto buku ajar*.
- Anisah, N., & Puspasari, R. (2024). Sistem Informasi Kuesioner Materi Pembelajaran SMP Swasta Generasi Bangsa Martubung Menggunakan Skala Likert. *Jurnal JUREKSI (Jurnal Rekayasa Sistem)*, 2(2), 604–616.
- Ariska, M., Fahru, M., & Kusuma, J. W. (2020). Leverage, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas dan Pengaruhnya Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Sektor Pertambangan di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2019. *Jurnal Revenue : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 1(1), 133–142. <https://doi.org/10.46306/rev.v1i1.13>
- Aziz, A. R. A., Priyono, A. A., & Millaningtyas, R. (2024). Pengaruh Daya Tarik Iklan

- dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Islam Malang Angkatan 2020. *Journal Riset Manajemen*, 13, 266–273.
- Chandra, G. (2019). *Strategi dan Program Pemasaran*. 1.
- D. Setyowati. (2020). "Sosialisasi Penggunaan Internet Yang Sehat Dan Aman Untuk Pkk Rt 19/Rw04 Janturan Yogyakarta, ". 187–195.
- DR. Deni Darmawan, S.Pd., M. S. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Pipih latifah (ed.)). PT Remaja Rosadakarya Offset.
- Elfera, S. S., Sugiana, D., Bakti, I., & Bandung, U. P. (2024). *Pengaruh Iklan Live Streaming Shopee terhadap Keputusan Pembelian Dimoderasi oleh Sikap*. 7, 176–187.
- Endrawati, O. (2022). *Ekonomi Pulih, Pertumbuhan E-Commerce Tembus 40 Persen Di 2021*. Idxchannel.Com
- Fandy Tjiptono. (2019). *Strategi Pemasaran*. 51.
- Fataron, Z. A. (2021). The Impact of Shopee's Youtube Ads Shopee Version 4.4 Mega Elektronik Sale on Purchase Intention. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 3(1), 49–62. <https://doi.org/10.21580/jdmhi.2021.3.1.7442>
- GoodStats. (2024a). *10 Provinsi dengan Tingkat Penetrasi Internet Tertinggi di Indonesia Tahun 2023*. Mela Syaharani. <https://data.goodstats.id/statistic/10-provinsi-dengan-tingkat-penetrasi-internet-tertinggi-di-indonesia-tahun-2023-LdHH4>
- GoodStats. (2024b). *185,3 Juta Pengguna Internet Tercatat di Indonesia pada 2024*. Frisca Rizti. <https://data.goodstats.id/statistic/1853-juta-pengguna-internet-tercatat-di-indonesia-pada-2024-JFNoa>
- GoodStats. (2024c). *Indonesia Peringkat 4, Ini Dia 7 Negara Pengguna Internet Terbesar di Dunia*. Agnes Z Yonatan. <https://data.goodstats.id/statistic/indonesia-peringkat-4-ini-dia-7-negara-pengguna-internet-terbesar-di-dunia-FLw6V>
- 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>
- Hidayah, Ida, Teguh Ariefiantoro, Dwi Widi Pratito Sri Nugroho, and E. S. (2021).

- “Analisis Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus pada Pudean Di Kaliwungu).”* 1, 76–82.
<https://doi.org/10.26623/slsi.v19i1.3001>.
- Hilmiatus Sahla. (2019). *KONSEP PEMASARAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM Hilmiatus Sahla Gambar 1 Konsep Pemasaran*. 5, 57–61.
- Imron, I. (2019). *Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV . Meubele Berkah Tangerang*. 5(1), 19–28.
- Indriani, Titin Ekowati, D. R. (2024). *Pengaruh Daya Tarik Iklan, Frekuensi Penayangan Iklan, dan Kualitas Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Televisi(Survei pemirsa iklan Lemonilo di Purworejo)*. 6(5), 68–83.
- Istanti, E. (2019). *PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN BURGER KING KAWASAN SURABAYA PLAZA SURABAYA*. 1–23.
- Jackson, J., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). *Pengaruh Daya Tarik Iklan, Potongan Harga Terhadap Minat Beli dan Keputusan Penggunaan Aplikasi Belanja Shopee*. 1402–1412.
- Jannatul Aulia, & Bashori. (2024). *Penyusunan_Kerangka_Berpikir_Dalam_Penelitian. Univeristas Islam Negeri Antasari Banjarmasin*, 1–5.
- Junaedi, J., & Wahab, A. (2023). *Hipotesis Penelitian dalam Kesehatan*. 6(2), 142–146.
- Kabir, A., Jakowan, M., Bosu, J., Mohsin, M., & Hamim, R. (2020). *Munculnya situs e-commerce dan kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi Bangladesh: Sebuah studi kualitatif. Informatica Economica*. 24, 40–53.
- KaloData.com. (2024). *Pengguna YouTube di Indonesia pada tahun 2024*. KaloData.
<https://www.kalodata.com/id/blog/2024/04/digital-2024-indonesia/>
- Kasih, A., P. (2021). *Guru, Manfaatkan 5 Aplikasi Pembuat Media Pembelajaran Interaktif*. <https://www.kompas.com/edu/read/2021/10/22/152752071/guru-manfaatkan-5-aplikasipembuat-media-pembelajaran-interaktif?page=all>
- KataData.id. (2024). *Persaingan Kunjungan 5 E-Commerce Terbesar di Indonesia Sepanjang 2023*. Cindy Mutia Annur. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/2c6920fc18f1b57/ini-persaingan-kunjungan-5-e->

commerce-terbesar-di-indonesia-sepanjang-2023

- Koe, W., & Sakir, N. (2020). *the motivation to adopt E-commerce among Malaysian entrepreneurs. Organizations and Markets in Emerging Economics*. 1, 189–202.
- Leila Hamrit, A. A. (2024). *The Impact of Digital Advertising on the Marketing Performance of Condor Company in Bordj Bou Arreridj*. 33, 203–215.
- M. Yusuf, S. Sutrisno, PAAN Putri, M. Asir, dan P. C. (2022). “Prospek Penggunaan E-Commerce Terhadap Profitabilitas Dan Kemudahan Pelayanan Konsumen: Tinjauan Pustaka,,” *Jurnal Darma Agung*, 30, 786–801.
- Magdalena, I., Khofifah, A., & Auliyah, F. (2023). Cendikia pendidikan. *Cendekia Pendidikan*, 2(5), 10–20.
<https://ejournal.warunayama.org/index.php/sindorocendikiapendidikan/article/view/769>
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). *Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji*. *Jurnal Economina*. 476–490.
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Rismayati, R. D. (2022). Analisis Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Minat Beli. *Jurnal Manajemen*, 6, 36–47.
- Narmadi. (2022). *Struktur organisasi perusahaan shopee*.
https://kc.umh.ac.id/16520/7/BAB_II.pdf
- Ni Kadek Ayu Sari Kanti, Ni Putu Cempaka Dharmadewi Atmaja, Daniel Manek. (2024). *Pengaruh Periklanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online pada Shopee*. 5(September 2024).
- Nizam, N. Z., Abdullah Jaafar, J., & Supaat, S. H. (2019). Interactive Online Advertising: The Effectiveness of Marketing Strategy towards Customers Purchase Decision. *MATEC Web of Conferences*, 150(2), 9–16.
<https://doi.org/10.1051/mateconf/201815005043>
- Nofa, M. S. A., & Angga Ari Prasetyo, Mukhroji. (2024). Pengaruh Inovasi Produk dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo. *Jurnal Arastirma*, 4(1), 73–82.
<https://doi.org/10.32493/arastirma.v4i1.38194>
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., & Asir, M. (2023). *Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi*

- Keputusan Pembelian , Kualitas Produk dan Harga Kompetitif*. 4(January), 183–188.
- Octavira, A., Aribowo, H., & Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT Surabaya, S. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Gingersnaps Di Surabaya. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 7(12).
- Pahlevi, R., Wijaksana, T. I., Sos, S., & Si, M. (2019). *ANALISIS KUALITAS WEBSITE MALESBANGET . COM DENGAN MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4 . 0 QUALITY ANALYSIS OF MALESBANGET . COM WEBSITE USING*. 5(2), 2524–2530.
- Prasetyo, B., & Hidayat, T. (2019). Pengaruh Promosi Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Xyz Donut. *Jurnal Akuntansi*, 4(1), 937. <https://doi.org/10.30736/jpensi.v4i1.218>
- Putra P, R., & Herfianti, M. (2024). Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mobil Almaz Pt. Wuling Motor Arista Di Kota Bengkulu. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 5(1), 319–331. <https://doi.org/10.36085/jems.v5i1.5978>
- Putri, Y. I., Pradana, M., & Utami, F. N. (2021). *The Influence of Brand Ambassador on E-Commerce Purchase Intention*. September 2020, 6848–6855.
- Rasyidi, A. A. (2024). Pengaruh Iklan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Gojek Tundung Subali Patma Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang. *Journal of Creative Student Research (JCSR)*, 2(1), 318–327. <https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v2i1.3553>
- Razati, G., Andriani, A. M., Rahayu, A., & Lisnawati, L. (2024). *The Impact of Endorser Credibility on Consumer's Purchase Decision in the Digital Marketplace* (Issue Gcbme). Atlantis Press International BV. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-443-3_85
- Renaningtyas, A. R., Wahyuni, A. D., & Oktarina, L. (2022). *Faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian konsumen : promosi, harga, dan produk (Literature Review Perilaku Konsumen)*. 3(5), 522–529.
- Researchget.net. (2022). *Struktur Organisasi di Shopee*. Sentot Imam Wahjono. https://www.researchgate.net/publication/360140931_Struktur_Organisasi_di_Shopee
- Rika Amanda. (2024). *Spektakuler! Shopee Rilis Iklan Terbaru Garansi Tepat Waktu*

- Dibintang Vidi Aldiano, Langsung Banjir Pujian!* Shopee.Co.Id.
<https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/shopee-rilis-iklan-terbaru-garansi-tepat-waktu-dibintang-vidi-aldiano/>
- Rojiati, U., Saloom, M. K. I. G., Rosmawati, M. S., Pi, S., & Fathihani, M. S. (2021). *T e o r i*.
- S. D. Nurfadilah. (2021). *Analisis Faktor Perubahan Perilaku Konsumen e-commerce pada masa pandemi Covid-19 (Studi Pada Konsumen Shopee Di Kota Sukabumi)*. 16–23.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. CV. Sah Media.
- Santosa, P.A.D., Santyadiputra, G.S., ST, M.C. and Pradnyana, I. M. . (2019a). : *Aplikasi E-commerce menggunakan Sistem Informasi Geografis. KARMAPATI (Kumpulan Artikel Mahasiswa Pendidikan Teknik Informatika)*. 168–181.
- Santosa, P.A.D., Santyadiputra, G.S., ST, M.C. and Pradnyana, I. M. . (2019b). *PYLE: Aplikasi E-commerce menggunakan Sistem Informasi Geografis. KARMAPATI (Kumpulan Artikel Mahasiswa Pendidikan Teknik Informatika)*. 6, 168-181.
- Setiawan, E., & Steven. (2021). Minat Beli Konsumen Di Bakso Kota Cak Man Magelang. *Jurnal Pariwisata Vokasi (JPV)*, 2, 34–41.
<https://jurnal.akparnhi.ac.id/jvp/article/view/11>
- Setiawan, M. B. (2024). *Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan corporate social responsibility sebagai variabel moderasi. Kurnia Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Setiyorini, A., Farida, U., & Kristiyana, N. (2018). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial, Word of Mouth, Dan Daya Tarik Wista Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Obyek Wisata Gunung Beruk Karangpatihan Balong. *ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 12.
<https://doi.org/10.24269/iso.v2i2.185>
- Shanthi, P., Raju, P., & Perumal, P. (2023). *Digital Natives ' Cognitive , Affective , Behavioural Responses On Digital Advertising Attitude And Purchase Decision – A Sem Study*. 35, 3091–3102.
- Shimp, T. A. . (2019). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu Dialihbahasakan oleh Sahrial dan Anikasari. Jilid 1*. 5.
- Silallahi, S. (2024). Pengaruh Harga dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Perlengkapan BabyShop PT Putera Raja Sejahtera Medan. *Sustainability*

(Switzerland), 11(1), 1–14.
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbe.co.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

Sofyan, M., Ahmad Junaidi, stiamiacid, & Fitri Rahmawati, N. (2022). *Analisis Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Ekspedisi Pt. Kadiri Logistik Cargo. Conference Series. 1*, 83–95.

Sugiarto, T. (2022). *Ekonomi Digital: Peluang dan Tantangan di Era Revolusi Industri 4.0 di Indonesia. Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi. 2*, 90-105.

sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

Sulistiyowati, W. (2019). Buku Ajar Statistika Dasar. *Buku Ajar Statistika Dasar, 14*(1), 15–31. <https://doi.org/10.21070/2017/978-979-3401-73-7>

Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam, 1*(2), 24–36. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>

Syahputra, P. D. (2019). *THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE, PROMOTION AND SERVICE QUALITY TOWARDS PURCHASE DECISION PROCESS (STUDY OF CONSUMERS OF PROGO BANDUNG COFFEE). 2*(2), 2117–2124.

Syahrizal, H., & Jailani, M. S. (2023). *Jenis-Jenis Penelitian Dalam Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. 1*, 13–23.

Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran: Prinsip Dan Penerapan*. Yogyakarta: Andi.

Tursina, Z., & Adlina, H. (2023). the Influence of Video Advertising, Price Discounts and Free Tiktok Shop Shipping on Purchase Interest of North Sumatra University Students. *Journal of Humanities Social Sciences and Business (Jhssb), 3*(2), 270–282. <https://doi.org/10.55047/jhssb.v3i2.877>

Utama, A. M., & Sanusi, N. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Martabak Mertua Dalam Meningkatkan Omset Penjualan. (*Jurnal Penelitian Dan Studi Ilmu Komunikasi*), 2, 69–80.

Vanessa Gloria, N. K. (2023). *MODEL DI MEDIA SOSIAL TERHADAP PEMBELIAN PELANGGAN PENGARUH IKLAN VIDEO YANG MENGGUNAKAN INFLUENCER SEBAGAI KEPUTUSAN UNTUK PRODUK PERAWATAN*

TUBUH. 173–187.

Wandasari, N. K. R. D., Mitariani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Instan Merek Sedaap di Kota Denpasar. *Jurnal Values*, 3, 73–85.

Wardhana, A., & Sudirman, A. (2022). *Pengantar Bisnis (Konsep dan Strategi E-Business)*. *Media Sains Indonesia*.

Wardhana, A., Pradana, M., Shabira, H., Wahyu, D., & Sandi, K. (2021). *The Influence of Consumer Behavior on the Purchasing Decision Process of Tokopedia E-Commerce Customers in Indonesia*. 7–11.

Wibawanto, A. (2019). *Penggunaan Internet Dalam Perpustakaan*.

Widodo, A., & Afifi, F. F. (2021). *The Effect of Price and Service Quality on Consumer Purchasing Decisions at Aroma Kitchen Restaurant in Padang City*. 5(September), 481–486. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i2.350>

Widyatama, R. (2019a). *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.

Widyatama, R. (2019b). *Pengantar Periklanan*.

Windane, W. W., & Lathifah, L. (2021). *E-Commerce Toko Fisago.Co Berbasis Android*. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 3, 285–303.

Yoeliastuti, & Faridah. (2023). *ANALISIS PENGARUH PERSEPSI DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA RESTORAN PATSAJIK FC*. 1–23.

Youtube.Com. (2024). *Youtube.com*. Youtube.Com.

YU, L. Q., & WEI, Y. Y. (2020). *A STUDY IN IDENTIFYING FACTORS IN YOUTUBE ADVERTISEMENTS*. November, 32.

Yuniar, A., & Fibrianto, A. (2021). *Consumer's Privacy Perception in Online Shopping Behavior using E-Commerce Platform*. <https://doi.org/10.4108/eai.16-10-2019.2304352>

Yusiana, R., Putri, P., Sari, L., & Widodo, A. (2019). *The Influence of Green Product and Corporate Social Responsibility on Consumer Purchase Decision*. 8, 445–449.