

DAFTAR PUSTAKA

- Adiawaty, S., Kambuno, A. B., Veronika, S., Habeahan, S., & Silaban, B. E. (2022). Pengaruh Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi *Marketplace*. *Judicious Journal Of Management*, 3(2), 370–373. <https://doi.org/10.37010/jdc.v3i2.1298>
- Agatha, M. (2018). Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Barong Gung Tulungagung. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 3(2), 27–35.
- Armstrong, Kotler 2015, "Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition", England : Pearson Education, Inc.
- Ani, J., Lumanauw, B. & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada E-Commerce Tokopedia di Kota Manado *the Influence of Brand Image, Promotion and Service Quality on Consumer Purchase Decisions on Tokopedia E-Commerce in Manado*. *Jurnal EMBA*, 9(2), 663–674.
- Cesariana, C., Juliansyah, F. & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen pada Marketplace: Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.867>
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl McDaniel. 2001. Pemasaran, Edisi pertama. Salemba Empat. Jakarta. Hlm (268)
- Christina, M., Iranita & Akhirman. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace* Shopee untuk Mahasiswa Program Studi Manajemen 2017 Universitas Maritim Raja Ali Haji Tanjungpinang. *Global Health*, 167(1), 1–5.
- Darmansah, A. & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Presepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya*, 1(1), 15–30.
- Dwijantoro, R., Dwi, B. & Syarief, N. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian *Marketplace* Shopee. *JRMB*, 4(2), 172–178.
- Gosal, G. A., Tumbel, A. & Wenas, R. (2019). Analisis Perbandingan Keputusan Pembelian Produk Coca-Cola dan Pepsi Cola : Studi pada Mahasiswa Feb Unsrat. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(1), 191–200.
- Herdiyani, Y. & Suryanto, A. (2023). Pengaruh Harga dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian pada Layanan Netflix. *E-Proceeding of*

Management, 10(2), 18.

- Ilmiyah, K. & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace* Shopee di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42. <https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>
- Kiram, H. & Adhitya, W. R. (2023). Analisis perbandingan harga, kualitas pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Menggunakan Aplikasi Go-Jek dan Utama Medan Prodi Manajemen. *Jurnal Multilingual*, 3(2), 209–222.
- Kusnanto, D., Rahma, R. & Oktaviany, R. A. (2020). Pengaruh Trust dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Shopee di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Singaperbangsa Karawang. *Jurnal Ecoment Global*, 5(1), 40–47. <https://doi.org/10.35908/jeg.v5i1.912>
- Lestari, D. C., Andayani, S. & Nasution, U. C. (2020). Analisis Komparatif Tingkat kualitas Layanan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen (studi kasus jasa pengiriman di J&T Express dan JNE di Surabaya). *Jurnal UNTAG SBY*, 7823–7830.
- Made, M. G. (2019). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Harian Suara Merdeka. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(2), 462–473.
- Melati, R. S. & Dwijayanti, R. (2020). Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(2), 882–888. <https://forms.gle/t44jvKgVK6XAiZwi8>.
- Mukti, A. & Aprianti, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kirani Coffee. *Rjurnal Bina Manajemen*, 10(1), 232.
- Nadiya, F. H. & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second di *Marketplace* (Studi pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second di Kota Semarang). *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 3, 1096–1104. <http://prosiding.unimus.ac.id>
- Nasution, A. E., Putri, L. P. & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 212 Mart di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/3594/3325>
- Nasution, S. L., Limbong, C. H. & Nasution, D. A. R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kemudahan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ecobisma*, 7(1), 43–53.

- Nugroho, F. A. & Yuniarto, A. (2021). Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Internet Telkomsel (Studi pada Masyarakat Di Kabupaten Kediri). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb Universitas Brawijaya*, 10(1), 14. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7808>
- Oktavia, E. B., Fatimah, F. & Puspitadewi, I. (2022). Pengaruh Harga, Brand Ambassador, Brand Image, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Scarlett Whitening Indonesia di Tokopedia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis GROWTH*, 20(2), 361. <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v20i2.2108>
- Putra, E. (2020). Pengaruh Promosi Melalui Sosial Media dan Review Produk pada Marketplace Shopee Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Stie Pasaman) the Influence of Promotion Through Social Media and Product Review on the Marketplace Shopee on Purchase Dec. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(3), 467–474.
- Putri, L. D. R. & Selviana. (2023). Hubungan Kualitas Produk dan Brand Image dengan Keputusan Pembelian pada Pengguna Shopee di Jabodetabek. *Psikologi Kreatif Inovatif*, 3(1), 22–29. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/PsikologiKreatifInovatif/article/view/2138>
- Ramandha, S., Astuti, D. A., Nugroho, J. & Widyanti, D. V. (2023). Pengaruh *Brand Trust* dan *Service Quality* terhadap Keputusan Pembelian Produk Mulia Ultimate pada PT. Pegadaian Cabang Purworejo. *Jurnal Bisnis Manajemen* 3(4): 381-393.
- Rahayu, S. (2021). Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce Tokopedia. *Journal Management, Business, And Accounting*, 20(1), 40–50. <https://doi.org/10.33557/mbia.v20i1.1271>
- Rozi, I. A. (2021). Pengaruh Harga, Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 10(5), 1–20.
- Soge, J. F. H., Massie, J. D. D. & Ogi, I. W. J. (2021). Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan dan Harga Gojek dan Grab Terhadap Kepuasan Konsumen pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas SAM Ratulangi MANADO. *Jurnal EMBA*, 9(2), 261–270. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/34675>.
- Wang, F. & Hariandja, E. S. (2016). *The influence of Brand Ambassador on Brand Image and Cunsumer Purchasing Decision : A Case of Tous Les Jours in Indonesia. Internasional Conference on Entrepreneurship (IContEnt-2016)*.
- Yang, Zhilin and Robin T. Peterson (2004). *Customer Perceived Value, Satisfaction, and Loyalty : The Role of Switching Cots*.