

## DAFTAR PUSTAKA

- A, S. T. (2003). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Jilid 1 Edisi Kelima*. Jakarta: Erlangga.
- Ajzen. (2005). *Attitude, Personality And Behavior Second Edition*. New York: British Library.
- Aryani, E. (2018). *Asesmen Teknik Tes Dan Non Tes*. Malang: Cv. Irdh.
- Astuti, R. D. (2012). *Ilmu Perilaku Konsumen*. Malang: Ub Press.
- Azuar Juliandi, I. S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Medan: Umsu Press.
- Banjamahor, A. R. (2021). *Manajemen Konunikasi*. Yayasan Kita Menulia.
- Cahyani, W., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Sales Promotion Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Melalui Aplikasi Tix Id (Studi Pada Pengguna Aplikasi tix id di surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(1), 1055-1061.
- Etta Sangaji, S. (2013). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Andi.
- Fandy Tjiptono, C. (2008). *Pemasaran Strategic Edisi 2*. Yogyakarta: Andi.
- Fandy Tjiptono, C. (2012). *Pemasaran Strategic Edisi 2*. Yogyakarta: Andi.
- Ferdinand, A. (2006). *Petode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Firmasyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Qiaea Media.

Ghoni, M. A., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Brand Image, Online Customer Review dan Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 14-22.

Hamdani, R. L. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Hasan, A. (2013). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Caps.

<https://careers.shopee.co.id>

<https://play.google.com>

Kedaton, M. S., Purwanto, H., & Sidanti, H. (2022, October). Pengaruh Promosi Flash

Sale Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Aplikasi Shopee (Studi Pada Masyarakat Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Madiun). In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 4).

Kelly, D. (2021). *Keputusan Pembelian Online*. Surabaya: Scorpindo Media Pustaka.

Kotler, P. (2000). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Kurniawan, S. Y. (2009). *Structural Equation Modeling: Belajar Lebih Mudah Teknik Analisis Data Kuisisioner Dengan Lisrel-Pls*. Jakarta: Salemba Infotek.
- Latan, I. G. (2015). *Partial Least Squares, Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0 Edisi 2*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Leon G Schiffman, K. (2004). *Consumer Behavior*. Jakarta: Pt Indeks.
- Luthfi M. (2019). Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnalpemikiran Ekonomi Islam*, 95-109.
- Mahmud, W. (2018). *Bisnis Online [C3] Kompetensi Keahlian: Bisnis Daring Dan Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Nainggolan, N. T. (2020). *Perilaku Konsumen Di Era Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Nana Triapnita Naigolan, D. (N.D.). *Perilaku Konsumen Era Digital*.
- Niimmasubhani. (2022). *Konsep Dasar Dan Fungsi Evaluasi Pada Pembelajaran Era Society 5.0*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Ningsih, H. R. (2022). Pengaruh Sales Promotion Dan Online Customer Experiences Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Aktif Feb Unesa). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 10(1), 1689-1700.

- Nugroho, S. (2019). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Nurdiana, I., Aksan, P., & Hamali, A. Y. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada PT Cemara Agung Sejahtera. *Banking and Management Review*, 8(2), 1169-1184.
- Nurlaka, A. (2016). *Metode Penelitian Dan Statistik*. Bandung: Pt. Rosdakarya.
- Phillip Kotler, G. A. (2003). *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi 9 Jilid 1*. Jakarta: P.T Indeks Kelompok Gramedia.
- Periyadi, P., Junaidi, J., & Maulida, N. (2020). Pengaruh Strategi Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Kain Sasirangan Bordir. *At-Tadbir: jurnal ilmiah manajemen*, 4(2), 152-162
- Prayogo, F. D., Srihandayani, C. M., & Wibowo, T. S. (2021). Pengaruh Shopping Lifestyle, Sales Promotion Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Tokopedia Di Desa Jotangan Mojokerto. *Majalah Ekonomi*, 26(1), 29-39.
- Putra, Y. P., Purwanto, H., & Sulistiyowati, L. N. (2022). Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *MBR (Management And Business Review)*, 6(1), 69-80.

- Putri, L., & Wandebori, H. (2016). Factors Influencing Cosmetics Purchase Intention In Indonesia Based On Online Review. In *International Conference On Ethics Of Business, Economics And Social Science* (Pp. 255-263).
- Rahmat, J. (2009). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sakinah, N., & Firmansyah, F. (2021). Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(2), 1-11.
- Sihotang, Y. E., & Hidayat, A. M. (2022). Pengaruh Sale Promotion dan Online Consumer Review terhadap Keputusan Pembelian pada Shopee. *YUME: Journal of Management*, 5(2), 63-70.
- Sopiah, E. S. (2019). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Andi.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Nonparament Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli

Online Shop Shopee Indonesia Di Universitas Budi Luhur Periode Februari–April 2018). *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1), 21-34.

Suryani, H. (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenamedia Grup.

Suwartono. (2014). *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Andi.

Syahril, D. E. (2020). *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumber Daya Pesisir Dan Lautan*. Bogor: Pt Penerbit IPB Press.

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta : Andi.

Wahyuni, I. (2017). *Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*. Surakarta: Cv Pustaka Begawan.

[Www.Iprice.Co.Id](http://www.Iprice.Co.Id)

Yuvita, H., Wahab, Z., & Sulastri, S. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Equity (Survei Terhadap Nasabah Bank Bni Syariah Di Kota Palembang). *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(3), 293235.

Yusuf, D. I. (2019). *Perilaku Konsemen Di Masa Bisnis Online*. Yogyakarta: Andi.