

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Pramono, A. E. (2020). Pengaruh Harga, Ulasan, Dan Tampilan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. <http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/Manager>, Vol 3, No3.
- Aliyah, F. W. (2021). "Kualitas Layanan Elektronik, Harga dan Persepsi Manfaat Fitur Go-Pay Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek Di kota Padang". *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 16.
- Amstronng, K. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth Edition*. England: Person Education, Inc.
- Amstronng., K. d. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 1, Edisi Kesembilan*. Jakarta: Erlangga.
- Azizah, F. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Koametik Wardah Di Lamongan. *Lamongan*.
- Balmar, M. A. (2021). "Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di *E-Commerce* Shopee". *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (HIRM)*, 10.
- Cantika Puspa Firdausya, D. O. (2019). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian. *Prosiding Manajemen*, Volume 5, No 1.
- Cindy Magdalena G, J. K. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productuvity*, Vol.2, No.1.
- Cindy Magdalena Gunarsih, J. K. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungan Amurang. Vol.2 No.1.
- D.Y, M. U. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol 9, No 6.
- Glaudensius Whimphie B, E. S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (*E-servqual*) terhadap keputusan konsumen pada *Marketplace* shopee di sleman DIY. *Optimal*, Vol.18 No.1.
- Juli, E. K. (2022). "Pengaruh Harga, Kepercayaan, Brand Love dan E-Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Wardah Pada Pengguna Aplikasi TikTok Pada Era Pandemi Covid-19". *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 1-13.

- Kaspiyatul Mardhiyyah, A. F. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace* Tokopedia. *Journal of Management*, 345 - 355.
- Keller, P. K. (2008). *Manajemen Pemasaran*.
- Kotler, P. d. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1&2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Limakrisna, N. &. (2017). *Manajemen Pemasaran Edisi 2*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Lutfi Fitriyah I, C. M. (2021). Pengaruh Harga, Promosi Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas PGRI Adibuana Surabaya). *Journal of Sustainability Business Research*, Vol 2, No 1.
- Mediti, O. C. (2020). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Elektronik terhadap Konsumen pada Pengguna Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8.
- Prilano, K. A. (2020). "Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada". *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1-10.
- Putri, I. M. (2022). "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Pembelian di *E-Commerce*" (Studi Kasus: Pelanggan Shopee di Surabaya)". *Nusantara Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9.
- Reski, E. C. (2022). "Pengaruh *E-Service Quality*, Kesadaran Merek, Kepercayaan Word Of Mounth, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Tiktok Shop (Studi Pada Pelanggan Tiktok Shop)". *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 16.
- Sendy Rahmat F, B. S. (2018). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online di Shopee.co.id. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol 7, No 3.
- Sheila Fitria Nurjannah, R. R. (2019). Penaruh *E-Commerce* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanja Online Shopee (Studi Pada Konsumen Belanja Online Mahasiswa Universitas Islam Malang). *JIAGABI*, Vol 8, No 3,1. 154 - 162.
- Sholikhah, B. (2021). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Dan Kualitas Layanan Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada *E-commerce* Shopee. Lamongan.
- Sugiyono. (2015 : 137). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D*. Alfabeta : Bandung.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi.
- Trisnawati, O. M. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking (Studi Pada Pengguna Mobile Banking Bank Sinarmas Cabang Malang). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2). 174-184.
- Ula, N. S. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Manfaat Produksi Dan Presepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Belanja (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unisla. Lamongan.
- Zemblyt, j. (2015). *The Instrument for Evaluating E-Service Quality*. In *Procedia-Social and Behavioral Sciences* (pp. 213, 801-806).