

DAFTAR PUSTAKA

- Anggriani, M., Erdiansyah, R., & Salman, D. (2022). Pengaruh Iklan Sosial Media Shopee terhadap Keputusan Pembelian. *Prologia*, 6(2), 205-209.
- Basalamah, M. R., & Millaningtyas, R. (2021). Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 10(15).
- Bawono, A., Isanawikrama, I., Arif, K., & Kurniawan, Y. J. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen, Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Situs Belanja Online (Studi Kasus pada Situs Belanja Online XYZ). *Jurnal pengabdian dan kewirausahaan*, 2(2).
- Brestilliani, L., & Suhermin, S. (2020). Pengaruh Brand Awareness, Brand Ambassador, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Stiesia). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(2).
- Cahya, A. D., Hajati, N., & Basalama, M. R. (2020). Pengaruh Diskon, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Jasa Foto Bo Production). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(02).
- Databoks.katadata.co.id. 11 Oktober 2023. Jumlah Kunjungan ke 5 Situs E-Commerce Terbesar di Indonesia September 2023. Diakses pada 30 September 2023, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish>
- Databoks.katadata.co.id. 20 September 2022. Ini Situs E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak per September 2022. Diakses pada 30 September 2023, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish>
- Ekasari, N. (2014). Pengaruh Promosi Berbasis Sosia Media Terhadap. *Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora*, Volume 16, Nomor 2, Hal.81-102 .
- Fatihudin, D & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Jl.Rajawali, G.Elang 6, No 3, Drono, Sardonoharjo, Ngaglik, Sleman. Tersedia dari <https://books.google.co.id/books>
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program*. Edisi Tujuh. Penerbit Undip. Semarang
- Jaiz, Muhammad. (2014). *Dasar-dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Keller, K. L.(2013). *'Strategic brand management.'* Pearson. Pearson Education.
- Keller, Kevin L. (2016). *Marketing Management*. Global Edition.

- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Kotler, Phillip dan K.L. Keller, (2009), *Manajemen Pemasaran*:Edisi 12, jilid 1, Jakarta, Indeks.
- Kotler,P.,&G.Armstrong. (2014). *Principle of Marketing*. Edisi 14. Ebook: Pearson.
- Kusnawan, A., Diana, S., Andy, A., & Tjong, S. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*, 5(2).
- Nugraha, R., Kusumawardani, K. A., & Octavianie, V. (2018). The Influence of Celebrity Endorsement in Instagram towards Customer Behavior and Purchase Intention in Healthy Food Diet Business. *Firm Journal of Management Studies*, 3(2), 1–24. <https://doi.org/10.33021/firm/v3i2.476>
- Prabarini, A., Heryanto, B., & Astutik, P. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toserba Borobudur Kediri (Studi Kasus Produk Kecantikan Wardah). *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 1(2), 259-270.
- Prabarini, A., Heryanto, B., dan Astuti, P. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kecantikan Wardah di Toserba Borobudur Kediri, *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi, dan Keuangan*, Vol. 1 No. 2, Hal: 259-270.
- Purborini, Ayu & Wibisono, Totok. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Motor Yamaha Mio (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Universitas Semaramang). *Jurnal Q-man*, Vol.2, (No.2).
- Pusdiklat.kemendag.go.id. 4 Desember 2017. E-Commerce. Diakses pada 30 September 2023, <http://pusdiklat.kemendag.go.id/v2019/article/ecommerce>
- Ristanti, D., & Rois Arifin, M. H. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Brand Awareness dan Product Quality Terhadap Brand Loyalty Sari Roti (Studi Pada Konsumen Sari Roti Mahasiswa Universitas Islam Malang). *Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma*, 37–54
- Schifman dan Kanuk. (2014). *Perilaku Konsumen*.Edisi kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Silalahi, I. V., Ningrum, H. F., & Ulfah, R. (2016). The influence of television advertisement on purchase decision of men's product of facial wash. *advances in economics, business and management research*, 15, 394-397.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung : Alfabeta

Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Edisi II. Andi.

Tjiptono. F. 2012. *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua, Penerbit Andi. Yogyakarta.

Vera, Nawiroh. 2014. *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia

Zulganef. (2018). *Metode Penelitian Bisnis dan Manajemen*. Bandung: Refika Aditama

