

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, S., & 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).
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Arief. (2018). *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*. Bayumedia Publishing.
- Arthur A. Thompson, M. A. (2016). *Crafting and executing strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings*. McGraw-Hill Education.
- Atmadjati, A. (2018). *Layanan Prima dalam Praktik Saat Ini*. Deepublish.
- Azhari, A., & Afiat, R. N. (2022). Strategi Kualitas Layanan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Resmi PT. Honda Makassar Indah. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 5(1), 45. <https://doi.org/10.35914/jemma.v5i1.883>
- Basalamah, M. R., & Millaningtyas, R. (2021). Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(15).
- Devina Ratna Sari. (2021). *Pengaruh Diskon, Pembelian Impulsif, Kepercayaan, dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Minat Beli Secara Online Saat Pandemi Covid-19 pada Mahasiswa di Yogyakarta*. STIE YKPN Yogyakarta.
- Dewi, I. K., & Kusumawati, A. (2018). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan Bisnis Online. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 56(1).
- Dwi, J. N. (2016). *Kualitas Pelayanan (Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangibles) di Legend Premium Coffee Yogyakarta*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Farhat, L. (2020). Keputusan Pembelian Online. *SCIENTIFIC*

- JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(1).
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, R. S., & Sutopo. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Warung Spesial Bebek Goreng Andalan). *Diponegoro Journal Of Management*, 5(3).
- Janah, M. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Dewi Hijab*. Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
- Japariato, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35–43. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35-43>
- Jaya, U. A., & Mutiara, A. (2022). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian Pt. Shopee International Indonesia Di Kota Sukabumi. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 383–392. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.231>
- Khoirista. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Administrasi Bisnis*, 25(2).
- Kotler, P. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Airlangga.
- Kotler, P. (2018). *Principles of Marketing*. PrenticeHall, Inc.
- Lin, L. Y., & Shih, H. Y. (2012). The Influence of Lifestyle and Money Attitude on Purchase Decisions: The Moderating Effect of Marketing Stimulation and Personal Value. *International Journal of Advanced Scientific Research and Technology*, 2(2).
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran. Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Alfabeta.
- Manullang, M., & Hutabarat, E. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Indomedia Pustaka.
- Moenir. (2016). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Bumi Aksara.

- Nasution, U. H. (2018). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Struktur Modal. *Jurnal Warta Edisi* : 55, 55.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen Dan Marketing Strategi*. Salemba Empat.
- Pongkendek, J. J., & Marpaung, D. N. (2020). Analisis Kompetensi Pedagogik Guru Kimia Sma Di Distrik Merauke Dalam Implementasi Kurikulum 2013. *Quantum: Jurnal Inovasi Pendidikan Sains*, 11(1), 27. <https://doi.org/10.20527/quantum.v11i1.7381>
- Prishtama, B. (2016). *Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying pada Pelanggan Minimarket*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Pristiwanti, D., Badariah, B., Hidayat, S., & Dewi, R. S. (2022). Pengertian Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 4(6), 1707–1715.
- Pulungan, I. ., Sumarwanz, U., & Simanjuntak, M. (2016). Effect of Brand Equity Dimension on Purchasing Behavior(Case Study: Aroma Bakery and Cake Shop in Medan). *Journal of Marketing and Consumer Research*, 26, 31–39.
- Putra Pratama, A., & Yoedtadi, M. G. (2021). Pengaruh Diskon 9.9 Super Shopping Day Shopee terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Shopee. *Prologia*, 5(1), 204–209.
- Rambat, L., & Hamdani, A. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Rizal, A. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Sari, V. N. (2019). Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon, Dan Iklan Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta. *Manajemen Pemasaran*, 1(2), 1–35.
- Simamora, B. (2019). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Pusat Bahasa Depdiknas.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan*

R&D. CV Alfabeta.

- Suharto. (2016). Pengaruh Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Variabel Sosial dan Pribadi Sebagai Mediasi Produk Air Minum Kemasan. *Jurnal Derivatif*, 10(1).
- Sumarwan, U., & Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. IPB Press.
- Susilowati, I. H. (2021). Pengembangan Bisnis Fashion Muslim Dengan Pendekatan Business Model Canvas (BMC). *Jurnal Perspektif*, 19(2), 113–121.
<https://doi.org/10.31294/jp.v19i2.11183>
- Sutisna. (2012). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT. Remaja Rusdakarya.
- Tahir, M. (2011). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Tjiptono, F. (2006). *Pemasaran Jasa*. Bayu Media.
- Tulangow, S. G., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian PT. Shopee International Indonesia Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(3), 35.
<https://doi.org/10.35797/jab.9.3.2019.25129.35-43>