

DAFTAR PUSTAKA

- Amrullah, M. F. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Elektronik Word of Mouth terhadap Pembelian Pada Pengguna E-Commerce Shopee di Indonesia. *ALEXANDRIA (Journal of Economics, Business, & Entrepreneurship)*, 2(1), 1–5. <https://doi.org/10.29303/ALEXANDRIA.V2I1.28>
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. . (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96–107. <https://doi.org/10.21111/TIJARAH.V6I3.5612>
- Aprilianti, A. A., Priansa, D. J., Pd, S., D3, P., & Pemasaran, M. (2018). Pengaruh E-marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Menggunakan Jasa Pt Fres Indonesia Wisata. *EProceedings of Applied Science*, 4(3). <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/7110>
- Asmarani, A., & Usman, O. (2021). The Effect of Service Quality, Trust, and Security of Shopee on Online Purchase Decisions on Students of State University of Jakarta. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/SSRN.3768517>
- Budiono, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 17(02), 1–15. <https://doi.org/10.25134/EQUI.V17I02.2664>
- Daftar 50 Website & Aplikasi E-Commerce di Indonesia 2019*. (n.d.). Retrieved October 7, 2022, from <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Universitas Diponegoro.

- Hidayat, A. A. (2019). *Metode Penelitian Teknik Analisis Data*. Salemba Medika.
- Ismi Nabila, A., & Usman, O. (2021). The Influence of Price, Brand Trust, and Quality of Service on Product Purchase Decisions on E-Commerce JD.ID. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/SSRN.3768589>
- JD.ID: Online Shop Terpercaya Indonesia*. (n.d.). Retrieved October 7, 2022, from <https://www.jd.id/>
- Julian, C., & Mullin, R. (2004). *Sales Promotion: Menciptakan, Mengimplementasikan, dan Mengintegrasikan Program Promosi Penjualan*. PPM.
- JURNAL POLITEKNIK NEGERI BATAM*. (n.d.). Retrieved October 7, 2022, from <https://jurnal.polibatam.ac.id/>
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2022). *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Kementerian Agama RI.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (Edisi 15). Global Edition.
- Kotler, P., Keller, K., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th editi). Pearson.
- Kudin, I. K., Wahono, B., & Rahman, F. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada JD.Id (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 82–94. www.fe.unisma.ac.id
- Kurniawan. (2018). *Metodologi Penelitian*. Hak Cipta.
- Lestari, D. P., & Murtiyanto, R. K. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Keanekaragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs E-Commerce B to C Platform JD.ID. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 6(1), 161–164. <http://jab.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/404>
- Oentoro, D. (2017). *Manajemen Pemasaran Modern*. LakBang PRESSindo.

- Priansa, D. J. (2019). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. CV Pustaka Setia.
- Prihastomo, G., & Usman, O. (2019). The Effect of Product Quality, Price, Promotion, and Lifestyle on Purchase Decisions to Drink the Coffee. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/SSRN.3510779>
- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah, F. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 1–10. <https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/jbe/article/view/56>
- Rahayu, S. (2021). Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce Tokopedia. *MBIA*, 20(1), 40–50. <https://doi.org/10.33557/MBIA.V20I1.1271>
- Ristanti, A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 1026–1037. <https://doi.org/10.26740/JIM.V8N3.P1026-1037>
- Saepuloh, A., & Hisani, D. R. (2020). The Effect of Product Quality, Price and Promotion on Purchasing Decisions. *Innovation Research Journal*, 1(1), 34. <https://doi.org/10.30587/innovation.v1i1.1190>
- Sari, I. R., & Harti. (2021). Pengaruh kualitas produk , harga dan promosi terhadap keputusan pembelian Effect of product quality , price and promotion on purchasing decisions. *Akuntabel*, 18(3), 444–451. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL/article/view/9714/1403>
- STIAMI Online Journal System*. (n.d.). Retrieved October 7, 2022, from <https://ojs.stiami.ac.id/>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sunyoto, D. (2019). *Analisis Validitas dan Asumsi Klasik* (Cetakan I). Gava Med.

Tjiptono, F. (2018). *Stategi Pemasaran*. CV. Andi.