

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyanti, E., & Farida, S. N. (2022). Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Di Sidoarjo). *Forbiswira Forum Bisnis Dan Kewirausahaan - Sinta 4*, 11(2), 228–241.
- Sholihat, A. (2018). Pengaruh promosi penjualan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di krema koffie. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 5(1), 1–15.
- Ardyan, E., & Gunawan, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Mark.On.Id. Performa*, 6(2), 104–113.
- Arpan, Y. (2023). *Buku Ajar Riset Sumber Daya Manusia Plus Contoh Olah Data dan 27 Kuesioner*: Vol. 1st Ed. Bandar Lampung: Pusaka Media.
- Camelia, M., & Hartono, B. (2021). Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Bs Coffee & Donuts). *Competence : Journal of Management Studies*, 15(2), 186–203.
- Dwijantoro, R., Dwi, B., & Syarief, N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 63.
- Edwin Zusrony. (2018). *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. (M. K. Robby Andika Kusumajaya, S.ST., M.M., Ed.), Edisi ke 5. Jilid 2. Jakarta: Airlangga (p. 25). Yayasan Prima Agus Teknik Redaksi:
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4. Yogyakarta, Andi Offset.
- Ghozali, I. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, Indriyo, (2014). *Manajemen Pemasaran*, edisi pertama, cetakan keempat. Yogyakarta: FE UGM.
- Gunawan, G. L. C. (2021). Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. *Performa*, 5(2), 166–175.
- Hendrayani, E., Sitinjak, W., Kusuma, G. P. E., Yani, D. A., Yasa, N. N. K., Chandrayanti, T., ... Hilal, N. (2021). *Konsep Bauran Pemasaran 4P dan 7P. Manajemen Pemasaran: Dasar dan Konsep* (p. 126). Bandung: CV. Media Sains Indonesia.

- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan* - - Google Books. Unitomo Press.
- Isoraite, Margarita. (2016). Marketing Mix Theoretical Aspects. *International Journal of Research-Granthaalayah*, 4(6), 25-37.
- Kotler Philip, (2016), *Manajemen Pemasaran*, edisi Millenium, terjemahan Hendra Teguh, dan Ronny A. Jakarta: Prenhallindo
- Kotler, P., Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. New Delhi: Pearson.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education. Jakarta:Erlangga.
- Kottler, P., & Armstrong, G. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi ke-12. Jilid ke-1). Jakarta: Erlangga.
- Laila, E. J., & Sudarwanto, T. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani Di Butik Qta Ponorogo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1(2), 1–9.
- Maiza, S. & H. (2022). Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Nazurah Hijab Di Kubang Tungkek Kabupaten Lima Puluh Kota. *Matua*, 4(1), 375–386.
- Maros, H., & Juniar, S. (2016). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pocari Sweat Di Jakarta Timur, 1–23.
- Mastuti, N. D., & Halimah, N. D. (2016). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream Aice di Surakarta. *BHIRAWA: Jurnal of Marketing and Commerce*, 3(1), 9–15.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *ECOBISMA (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>
- Nur Hajijah, S., Dewi, I. R., & Annisamala, Y. N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee Di Kalangan Mahasiswa Kota Cirebon. *Bonanza : Jurnal Ilmiah Ekonomi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(2), 28–38. <https://doi.org/10.54123/bonanza.v2i2.191>

Pardi, Y. D. &. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mark.on.Id. *Ekonomi Manajemen*, 6(2), 104–113. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i2.2029>

Sarnita Sadya. (2023, February 21). *Indonesia Masuk Negara Paling Banyak Main Twitter pada Awal 2023*. Dataindonesia.id; dataindonesia. <https://dataindonesia.id/digital/detail/indonesia-masuk-negara-paling-banyak-main-twitter-pada-awal-2023>

Shopee Affiliate Program. (2023). Retrieved April 01, 2023, from Shopee.co.id website: <https://affiliate.shopee.co.id/>

Sriwahyuni, A. (2018). Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Uin Raden Fatah Palembang. UIN Raden Fatah Palembang.

Suastrini, F. (2022). Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Ulang Smartphone Merek Xiaomi Pada Masa Pembelajaran Jarak Jauh. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 04(01), 27–39.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Penerbit CV Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung : Penerbit CV Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Penerbit CV Alfabeta.