

DAFTAR PUSTAKA

- Aco, A., & Endang, A. H. (2018). *Analisis Bisnis E-commerce pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar* rAco, Ambo, and Andi Hutami Endang. "Analisis Bisnis E-commerce Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar" 2 (2017): 3. 2, 3.
- Banjarmahor, A, R, dkk. 2021. Manajemen Komunikasi Pemasaran. Penerbit:Yayasan Kita Menulis (Rini Fitri Yanti1 , Harry Wahyudi2 , Amrullah3)
- Chintya Dessy Syafitri, Annisa Fitri Rohana, & Ajat Sudrajat. (2022). Pengaruh Online Consumer Reviews Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Tokopedia (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia di Karawang). *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 7(2),75–91
<https://doi.org/10.36805/manajemen.v7i2.2285>
- Daud, Z. U. (2018). *Pengaruh Produk , Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Rumah pada Green Avina Birem Puntong Langsa Baro*. 7(2), 174–183.
- Fadli, U. M. (2022). Factor Factor Analysis and Formation Process of Human Capital Lecturers. *IJHCM (International Journal of Human Capital Management)*, 6(1), 54–65. <https://doi.org/10.21009/ijhcm.06.01.5>
- Istiqomah, Hidayat, Z., & Jariah, A. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan , Iklan dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian di situs Shopee di Kota Lumajang. *Jurnal Progress Conference*, 2(July), 557–563.
- Kotler, P., & Keller, kevin. (2016). *Marketing Management* (3rd edition). Pearson Education.
- Kotler, P. (2017).[Philip_Kotler]_Kotler,_P.,_2017._Marketing_4.0_Mo(zlib.org).
- Krisna Marpaung, F., Arnold S, M. W., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 1–16. <http://ejournal.lmiimedan.net>

- Luky, B. Y., & Firmansyah, M. (2022). *Didorong pandemi*. 1–7.
- Luh Kadek Budi Martini, Ejasa Sembiring, & Frandy Paulus. (2022). Customer Online Customer Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Modelia fashion Pada Marketplace Tokopedia Jakarta. *Journal of Applied Management and Accounting Science*, 4(1), 15–24. <https://doi.org/10.51713/jamas.v4i1.67>
- Nanda Syahtidar, Suherman, M. E. S. S., & Fakultas. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Pengguna Aplikasi Marketplace di Bekasi. 3. הארץ, 8.5.2017), 2003–2005.
- 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). *Eco bisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>
- Nugrahanto, A. S., Hatta, I. H., Subhan, M. N., Ekonomi, F., Bisnis, D., Pancasila, U., Produk, K., & Konsumen, L. (2021). *INTERNET KARTU PRABAYAR SIMPATI PADA*. 1(September), 69–76.
- Permata Sari, D., Kunci, K., Produk, U., & dan Keputusan Pembelian, H. (2021). Pengaruh Ulasan Produk, Kepercayaan, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace *Shopee*. *Ijccs*, 1(6), 1978–1520.
- Putra, H. P., & Wulandari, A. (2015). Pengaruh Penerapan *E-Commerce* (Studi Kasus Pada Pengguna Steam Valve). *Jurnal Ecodemica*, III(2), 446–454.
- Syahrial, Y. A. (2015). *Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Program Studi Manajemen*.
- Suhesti Ningsih, S. L. P. (2021). *The Influence Of Brand Image, Price And Promotion On Purchase Decision*. 2021(3), 1–12.
- Sucipto, E., & Fuad, T. M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(2), 113–123.

- Tjiptono, Fandy. 2012. Service Manajemen, Mewujudkan Layanan Prima. Yogyakarta. CV Andi Offset
- Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen(Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013 / 2014 dan 2014 / 2015 Pengguna Kartu P. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(1), 44–48.
- Wahyu Tita Sari, I. M. (2022). Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada *e-commerce* tokopedia. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan (JEBP)*, 2(1), 14. <https://doi.org/10.26740/bisma.v2n1>.
- Wijaya, E., & Warnadi. (2019). Factors Affecting Online Purchase Decisions At Shopee: Effect of E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(2), 152-
[http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/i](http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/in)
n



