

DAFTAR PUSTAKA

- Amrullah, Artika Romal. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Honda Beat di Surabaya*. Diss. STIESIA SURABAYA, 2016.
- Aizm, M. Rifqi, Fajar Azam Pasha Akhmad, and Slamet Suprihanto. "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi Shopee." *AL-MISBAH* 1.1 (2020): 109-118.
- Kotler dan Keller. (2012). *Marketing Manajemen*. Global Edision.
- Kotler dan Keller. (2013). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Magfira, Nurul. *Pengaruh kualitas barang terhadap keputusan pembelian pada aplikasi shopee (Studi pada mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Negeri Makassar)*. Diss. Universitas Negeri Makassar, 2019.
- Mita, Mita, Fransisca Desiana Pranatasari, and Kristia Kristia. "Analisis Pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan, dan Ulasan Konsumen Daring Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee." *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* 4.4 (2021): 548-557.
- NASUTION, Siti Lam'ah; LIMBONG, Christine Herawati; RAMADHAN, Denny Ammari. (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)*.
- Pratama, Yoga Endhi, Sudarwati Sudarwati, and Istiqomah Istiqomah. "Keputusan Pembelian Online Melalui Aplikasi Shopee Di Surakarta Ditinjau Dari Kualitas Layanan, Online Customer Review Dan Kepercayaan." *Jurnal Ilmiah Edunomika* 3.02 (2019).
- Saidani, Basrah, Lisa Monita Lusiana, and Shandy Aditya. "Analisis pengaruh kualitas website dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk minat pembelian ulang pada pelanggan shopee." *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 10.2 (2019): 425-444.
- Saiful Anwar, Mhd. Aldiansyah Lubis. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Desain Produk, dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian.
- Sinarria, K., Tri, D., Program, S., Pendidikan, S., Niaga, T., Ekonomi, J. P., & Ekonomi, F. (n.d.). *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Manik-Manik (Studi pada Toko Anggun Desa Plumbon Kecamatan Gudo Kabupaten Jombang)*.

- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D, dan Penelitian Pendidikan.
- Suswanto, P., & Setiawati, D. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Pemasaran Shopee Dalam Membangun Positioning di Tengah Pandemi Covid-19 di Indonesia* (Vol. 3, Issue 2).
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabeta
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta