

DAFTAR PUSTAKA

- Aditi, B., & Hermansyur, H. (2018). Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Produk Dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda Di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 19(1), 64–72. <https://doi.org/10.30596/jimb.v19i1.1743>
- Anggraini, S. F., Nasution, Z., & Simanjuntak, D. (2022). Pengaruh Harga, Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Toko khanza Aeknabara. *Remik*, 6(3), 408–417. <https://doi.org/10.33395/remik.v6i3.11563>
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. (B. Nasution, Ed.). Padang Sidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Azroi, M. F., Fatimah, F., & Wibowo, Y. G. (2021). Pengaruh Promosi Online Menggunakan Facebook Ads Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(1), 102–107. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v7i1.4912>
- Fatimah, H. N., & Nurtantiono, A. (2022). Pengaruh Citra Merek , Promosi , Harga , dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Aplikasi Shopee) The Influence of Brand Image , Promotion , Price , and Service Quality on Purchase Decisions (Shopee Application Users). *Jurnal Sinar Manajemen*, 09, 106–113.
- Fhonna, R. A., & Utami, S. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keterlibatan Keputusan Pembelian Dan Kepercayaan Sebagai Pemediasi Pada Konsumen Shopee Di Universitas Syiah Kuala. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 3(3), 20–32.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9 ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk Dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Cirebon: Insania.
- Musfar, T. F. (2020). *Manajemen Pemasaran*. (Hamdan, Ed.). Bandung: Media Sains Indonesia.
- Nabella, S. D. (2021). Improve Consumer Purchasing Decisions Through Quality of Service, Promotion And Quality of Information At PT. Ng Tech Supplies. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(3), 880–889. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v2i3.210>
- Nainggolan, B., & Sinaga, E. M. (2022). *Kepercayaan Nasabah PT Asuransi Allianz Life Indonesia di Kota Tebing Tinggi Berbasis Kepuasan Nasabah*. (Nursaimatussaddiya, Ed.). PT Inovasi Pratama Internasional.
- Rahmadana, M. F. (2021). *Ekonomi Digital*. (Hamdan, Ed.). Badung: Nilacakra.
- Rosida, & Haryanti, I. (2020). Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Nithalian Colletion Bima). *Journal of Bussines and Economics Research* , 1(2), 150–160. Diambil dari <https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/jbe/article/view/235>
- Sanusi, A. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis Disertai Contoh Proposal Penelitian Bidang Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*. (D. A.Halim, Ed.). Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Sembiring, E. F., & Sunargo, ; (2022). Pengaruh harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian rumah KPR subsidi di PT Sinar Jaya Putra Kampar Batam. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(1), 2684–7868.
- Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. ...

Pendidikan Dan Ilmu ..., 3(1), 301–313. Diambil dari
<https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/865>

- Siregar, R. G. (2020). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN : HARGA, PROMOSI, KEPERCAYAAN, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK PADA TOKO ONLINE GUDANGGROSIRAN.COM. *Jurnal manajemen pendidikan dan ilmu sosial*, Volume 1(Issue 2), 560–572. <https://doi.org/https://dinastirev.org/JMPIS>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Witro, D., Nurjaman, M. I., Ayu, D., & Al-Rasyid, C. S. (2022). Kontestasi Marketplace Di Indonesia Pada Era Pandemi: Analisis Strategi Promosi Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Dan Blibli Dalam Pemulihan Ekonomi Nasional. *OIKONOMIKA : Jurnal Kajian Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 2(2), 33–42.
<https://doi.org/10.53491/oikonomika.v2i2.178>