

DAFTAR PUSTAKA

- Andika, R. (2019). *Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian furniture pada pt saf mitra abadi di kota batam*. https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/article/view/2995/1804
- Arimbi, I. F., & Heryenzus. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Konsumen pada Layanan Online Traveloka. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(2), 1–10. http://113.212.163.133/index.php/scientia_journal/article/view/2640
- Aziz, Z. (2017). *Pengaruh promosi penjualan sebagai alat komunikasi pemasaran terhadap minat beli konsumen pada rumah makan ayam bawang cak per malang*. <http://etheses.uin-malang.ac.id/10682/>
- Daud, Z. U. (2018). Pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian rumah pada green avina birem puntong langsa baro. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(2), 174. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i2.981>
- Devi, L. kurnia intan. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee. *Skripsi*. <http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/29623>
- Febriyani Melisa, dan M. S. (2020). *Pengaruh iklan komersial televisi dan harga terhadap keputusan pembelian masyarakat pontang kabupaten serang*. 8(2), 26–37. <https://doi.org/https://doi.org/10.33884/jimupb.v8i1.1559>
- Hilda, N. A. (2021). *Pengaruh Harga, Promosi, dan Penilaian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Purwokerto)*. April, 115.
- Korowa, E., Sumayku, S., & Asaloei, S. (2018). Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus Freshmart Bahu Manado). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(3), 27–34. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jab/article/viewFile/20282/19889>
- Minarti, M. S. (2020). Pengaruh gaya hidup, promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, Vol. 4(3), 210–217. http://repository.upbatam.ac.id/217/1/cover_s.d_bab_III.pdf
- Msi, D., & Evyanto, W. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada ITAS Evitel Hotel di Kota Batam. *Scientia Journal*, 3(4).
- Murwanti, S., & Surakarta. (2017). *Terhadap minat beli ulang jasa service motor*

mediasi (studi pada bengkel motor ahass cabang ums). 2007, 207–227.
https://publikasiilmiah.ums.ac.id/bitstream/handle/11617/8984/sansetmab2017_5.pdf?sequence=1

- Shafinazh, N. (2020). *Pengaruh promo shopee “ tanggal-tanggal istimewa” terhadap minat beli mahasiswa fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas sumatera utara.*
<http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/27899>
- Sitompul, S. S., & Mastono. (2017). *Analisis pengaruh promosi, harga, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian online di lazada.co.id pada mahasiswa stie pelita indonesia.* 5(1), 81–95.
<http://www.ejournal.pelitaIndonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/article/view/315>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R & D.* Alfabeta.
- Sujarweni, W. V. (2019). *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi.* Pustaka Baru Press.
- Tarigan, R. J. (2020). *Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian online dishopee pada mahasiswa universitas muhammadiyah sumatra utara.* Maret, 135.
<http://repositori.umsu.ac.id/xmlui/handle/123456789/15005>
- Triasih, R. (2018). *Pengaruh promosi melalui social media dan word of mouth marketing terhadap keputusan nasabah untuk melakukan pembiayaan (studi pada nasabah pegadaian unit pelayanan syariah chandra).* 1–129.
<http://repository.radenintan.ac.id/5284/1/SKRIPSI.pdf>
- Tulangow, S. G., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. C. (2019). *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian PT. Shopee International Indonesia Di Kota Manado.* *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(3), 35. <https://doi.org/10.35797/jab.9.3.2019.25129.35-43>
- Witarisma, Si. W. (2017). *Analisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee.* *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 53(9), 1689–1699.
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/1050>