

DAFTAR PUSTAKA

- Anshori, M., & Iswati, S. (2019). Metodologi penelitian kuantitatif. Airlangga University Press.
- Febrianita, F. A. (2023). PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MARKETPLACE SHOPEE (Studi Pada Pelanggan Shopee Di Toko RieyahOS). *MELATI: Jurnal Media Komunikasi Ilmu Ekonomi*, 5(2), 16–18.
- Fatihudin, D. (2018). Metode penelitian manajemen. Surabaya: Pustaka Ilmu.
- Firas, M., Pradana, R., & Yunita, R. (2025). Pengaruh persepsi konsumen dan promosi terhadap keputusan pembelian: Studi empiris pada pengguna Shopee. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 14(2), 18–28.
- Gulo, M. H., Gultom, R. A., & Sihombing, D. (2022). Analisis pengaruh kualitas produk, harga, promosi terhadap keputusan pembelian pada Fa. Banang Jaya. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 11(1), 35–42.
- Gunawan, A. (2020). Analisis data statistik untuk penelitian sosial. Yogyakarta: Andi.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). Multivariate data analysis (8th ed.). Pearson Education.
- Hidayat, A., & Suharyono, S. (2022). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada platform e-commerce. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 10(1), 25–35.
- iPrice. (2023). Laporan Statistik E-commerce Indonesia 2023. Diakses dari <https://iprice.co.id>
- Ismail, M. (2019). Metodologi penelitian bisnis. Malang: UB Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Manajemen pemasaran (Edisi ke-13). Jakarta: Erlangga.
- Lestari, D., & Putra, W. D. (2021). Efektivitas promosi e-commerce dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Komunikasi dan Pemasaran*, 5(1), 18–26.
- Mufarrikoh, E. (2019). Statistik untuk penelitian ekonomi dan bisnis. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Nuraini, R., & Saputra, F. (2021). Persepsi konsumen terhadap keandalan layanan e-commerce dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 38–49.
- Prakoso, A. (2018). Teknik sampling dalam penelitian kuantitatif. Surabaya: Laksana Ilmu.
- Prasetya, S. H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Aset*, 15(2), 159–172. <https://doi.org/10.55208/bistek.v15i2.269>
- Pressrelease.id. (2021). Shopee Jadi Marketplace dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia. Diakses dari <https://pressrelease.id>
- Ristanto, H., Aditya, G., & Catur. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *JBE (Jurnal Bingkai Ekonomi)*, 6(1), 58–71.

<https://doi.org/10.54066/jbe.v6i1.99>

- Saputra, H., Kardinal., dan Artina, N. (2021). Pengaruh Persepsi Konsumen, Iklan, Brand Equity dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus di Kota Palembang. *Jurnal Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*. 3(1)
- Sari, D. P., & Soebiantoro, A. (2022). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Teh Gelas di Kota Surabaya. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 6(2), 34–45.
- Sidabalok, A., & Sugiyanto, E. (2023). Pengaruh kualitas produk, promosi dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian pakaian di Outfitbycimoi. *Jurnal Pemasaran Digital*, 7(2), 45–52.
- Stefani, A., & Fadillah, N. (2021). Pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen motor Honda Vario di Kota Bogor. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(1), 33–42.
- Sugiyono. (2018). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sundari, M., & Realize, A. (2023). Pengaruh kualitas produk, promosi dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian di marketplace Shopee. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Online*, 10(2), 35–46.
- Tjiptono, F. (2020). Strategi pemasaran (4th ed.). Yogyakarta: Andi.
- Widodo, R., Sari, M. D., & Lestari, D. (2023). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian smartphone merek iPhone di Tangerang Selatan. *Jurnal Bisnis Digital*, 8(2), 21–30.
- Yulianto, R., & Prabowo, T. (2024). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian di TikTok Shop. *Jurnal E-commerce dan Perilaku Konsumen*, 4(1), 38–48.