# DAFTAR PUSTAKA

\* K., & Vikaliana, R. (2020). Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium, 6(2), 195–210. https://doi.org/10.47329/jurnal\_mbe.v6i2.431

Alam, D. R., Hismi, H., Sahrul, S., & ... (2024). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian:(Studi Kasus pada Mahasiswa UPG Pengguna Aplikasi Shopee). Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis, 2 No 1(1).

Amirullah. (2021). Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran (M. . Dr. Widayat (ed.)).

Indomedia Pustaka.

Aulia, T., Ahluwalia, L., & Puji, K. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan DanHarga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-CommerceShopee Di Bandar Lampung. SMART: Strategy of Management and Accounting through Research and Technology, 2, 58–69.

Calvin, O., & Tyra, M. J. (2022). Pengaruh Harga Dan Promosi Penjualan Shopee FoodTerhadap Minat Beli Konsumen Di Kota Palembang. Forbiswira Forum Bisnis Dan Kewirausahaan-Sinta 4, 12(1), 47–58.

Dr. Lusiah, S.E., M. . (2018). Loyalitas Pelanggan. Deepublish Publisher.

Dr. Sawlini, Dhiraj Kelly S.E., M. M. (2021). Keputusan Pembelian Online: Kualitas website, keamanan dan kepercayaan. Scopindo Media Pustaka.

Fransiska, I., & Madiawati, P. N. (2021). the Effect of Price , Promotion , Service Quality , and Brand Image on Purchasing Decisions on Shopee Users in Bandung. Jurnal Sekretaris & Administrasi Bisnis, 8(4), 3340–3353.

Ghozali, P. H. I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan program Ibm Spss 25.

Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Indrasari, D. M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Unitomo Press. Irfansyah, A., Romanda, C., & Asoka, R. (2023). Analisis Akuntabilitas Dan

Transparansi Pengelolaan Keuangan Pada Kantor Camat Lais Kabupaten Musi

Banyuasin. Jurnal Ilmiah Akuntansi Rahmaniyah, 6(2), 236. https://doi.org/10.51877/jiar.v6i2.288

Jaya, U. A., & Mutiara, A. (2022). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian Pt. Shopee International Indonesia Di Kota

Sukabumi. Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan, 2(5), 383–392. https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.231

Kotler, P, Keller, KL, & Chernev, A. (2022). Marketing Management, 16e, global ed., Pearson Education. Pearson Education Limited.

Manap, H. A. (2016). Revolusi Manajemen Pemasaran. Mitra Wacana Media. Muhamad, N. (n.d.). Apa yang Memotivasi Konsumen untuk Belanja Online? Ini

Hasil Surveinya.

Retrieved June 9, 2023, from https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/09/apa- yang-memotivasi- konsumen-untuk-belanja-online-ini-hasil-surveinya

Mutiara, M., & Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana, 8(2), 10–20. https://doi.org/10.35137/jmbk.v8i2.419

Philip Kotler, Gary Amstrong, S. B. (2024). Principles Of Marketing, 19e, Global Edition. Pearson Education Limited.

Philip Kotler, Gary Armstrong, M. O. O. (2018). Principles Of Marketing , 17e, Global edition. Pearson Education Limited.

Philip Kotler, K. L. K. (2006). Marketing Management, 12e. Pearson Education. Puanda, F., & Rahmidani, R. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan terhadap

Keputusan Pembelian Online Melalui Aplikasi Shopee. Jurnal Ecogen, 4(3), 367.

https://doi.org/10.24036/jmpe.v4i3.11507

Salehan. (2022). Komunikasi Pemasaran (M. S. Dr. Drs. Marto Silalahi (ed.)). PT. Global Eksekutif Teknologi.

Santika, E. (n.d.). ECDB: Proyeksi Pertumbuhan e-Commerce Indonesia Tertinggi Sedunia pada 2024. Databoks. Retrieved April 29, 2024, from https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/04/29/ecdb-proyeksi- pertumbuhan-e- commerce-indonesia-tertinggi-sedunia-pada-2024

Sugiyono, P. D. (2019). Metode Penetian Kuantitaif Kualitatif dan R&D. Alfabeta Bandung