

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad (2021). Manajemen Pemasaran: Pengertian, Fungsi, Tujuan, Tugas, dan Konsep <https://www.gramedia.com/literasi/manajemen-pemasaran/>
- Ardianti, A. N., & Widiartanto. (2018). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee. (Studi pada Mahasiswa Aktif FISIP Undip).
- Assauri, S. (2017). Manajemen Pemasaran. PT. Raja Grafindo Persada.
- Citra, (2014). “Analisis Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga, dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Waroeng Cowek Ireng Cabang Tusam Semarang).” *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi / Manajemen Universitas Diponegoro Semarang*.
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsuraya*, 1(1), 15–30.
- Iriani, F., & Indriyani. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu Martha Tilaar. *Kemampuan Koneksi Matematis (Tinjauan Terhadap Pendekatan Pembelajaran Savi)*, 53(9), 1689–1699.
- Islahuddin, Nanang Syaifudin (2020). Pasar e-commerce terbesar Indonesia dari milenial <https://lokadata.id/artikel/pasar-e-commerce-terbesar-indonesia-dari-milenial>
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, (2012), *Principles of Marketing, 15th Edition*, Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, (2014), *Principles of Marketing, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga*.
- Kotler, Philip. 2005. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran. Edisi Mileinium*. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kurnianti, Apsari Wahyu. 2017. *Komunikasi Pemasaran Transportasi Online NGuberJEK* <https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/392>

- Li, N., & Zhang, P. (2002). Consumer Online Shopping Attitudes and Behavior: an Assessment of Research. AMCIS 2002 Proceedings, September, 74.
- Mundir, (2015). ANALISIS PENGARUH HARGA, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. (Studi Kasus Pada Toko Mitra Nelayan Tanara Serang Banten)
- Schiffman, L.G. dan Kanuk. 2012. Consumer Behaviour. USA : New Jersey Prentice Hall
- Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie L. (2014). Perilaku Konsumen. Jakarta: Indeks.
- Sugiyono, P. D. (2017). Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung, 225.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2016). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2011). Strategi Pemasaran. Edisi 3. Yogyakarta : ANDI
- Yusuf, M., & Daris, L. (2018). Analisis Data Penelitian, Teori dan Aplikasi Dalam Bidang Perikanan. Bogor: PT Penerbit IPB Press.

