

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiyansyah, M., & Louise, H. (2022). *The Effect of Product Quality and Price on Purchase Decisions through Customer Satisfaction at the Marketplace Shopee (Case Study on Employees of PT Wahana Makmur Sejati)*. 5. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i2.4947>
- Atman Maulana, H., & Asra, Y. (2019). Inovbiz Analisa Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce oleh Generasi Z di Daerah Pedesaan. In *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis* (Vol. 7). www.ejournal.polbeng.ac.id/index.php/IBP
- Azhar Solihin, S., & Annissa Oktapiani, M. (n.d.). *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen Pengaruh Strategi Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Di Era Pandemi Covid-19*.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linear Sederhana, Regresi Linear Berganda, Uji t, Uji F, R 2)*.
- Eklesia, J., Sujarwo, A., Hendro, S., & Matrutry, R. (2021). The Impact of Product Promotion and Innovation on Purchase Decisions at Prices as Intervening Variables. *International Journal of Social Science and Business*, 5(2), 200–206. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJSSB/index>
- Hermawan, H. (2015). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen dalam Pembelian Roti Ceria di Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 1.
- Hidayah, A., Khairani, S., Rachmawati, E., & Aryoko, Y. (2022, September 13). *Purchase Decision Of Fashion Products And Several Factors That Affects It (Study Case on Shopee Marketplace)*. <https://doi.org/10.4108/eai.10-8-2022.2320898>

- Indra Permana, D. (2017). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lantai Kayu Dan Pintu Pt.Piji Di Jawa Timur. In *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* (Vol. 2, Issue 1).
- Kumalasari, N. A. (2016). Perencanaan Strategi Promosi melalui Analisis SWOT pada Bisnis Delicy. In *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 1, Issue 2). www.okezone.com,
- Loisa, J., & Matius, T. S. (2021). *Pengaruh Model Promosi Flash Sale terhadap Minat Pembeli dan Keputusan Pembeli di Marketplace Online*. 5(2).
- Marpaung, I., & Lubis, F. (2022). Pengaruh Iklan, Sistem COD, dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian pada Tiktokshop (Studi Kasus pada Mahasiswa UIN Sumatera Utara). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 9.
- Ningsih, Y. P., Hati, S. W., Administrasi, P., Terapan-Jurusan, B., & Bisnis, M. (2017). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Accu Yuasa Yang Dipromosikan Distributor PT Riau Indotama Abadi Di Batam. In *Journal of Business Administration* (Vol. 1, Issue 1).
- Nopitasari, L. (2022). *Influence of Service Quality and Promotion on Consumer Purchase Interest in Indonesian Marketplace Shopee*. 5. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i2.5275>
- Nurrahmah, A., Rismaningsih, F., Hernaeny, U., Pratiwi, L., Wahyudin, Rukyati, A., Yati, F., Lusiani, RIaddin, D., & Setiawan, J. (2021). *Pengantar Statistika* (S. Haryanti, Ed.). Media Sains Indonesia.
- Pramesti, A. S., Eko Broto, B., & Rambe, B. H. (2022). *The Influence of Price, Electronic Word Of Mouth (E-WOM), Discount and Tagline 'Free Shipping' on Purchase Decisions at Shopee Market Place (Case Study on Students at the Faculty of Economics and Business, Labuhanbatu University)*. 5. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i1.4344>

- Prilano, K., & Sudarso, A. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 1–10. <https://www.liputan6.com/teknoread/3236843/kasus-order-fiktif-di-lazada-meluap-warganet-ikutanbaper>.
- Priyastama, R. (2017). *Buku Sakti Kuasai SPSS*.
- Putri Sari, S. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. 8(1), 147–155.
- Ramadhanti Salsyabila, S., Ryan Pradipta, A., Kurnanto, D., & Ekonomi dan Bisnis Universitas Singaperbangsa Karawang, F. (2021). Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat beli pada marketplace shopee. 13(1), 37–46. www.iprice.co.id
- Sanjaya, S. (2015). Pengaruh Promosi dan Merek terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Sinar SOSro Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 15.
- Subhan, Muvida, & Ida Hidayanti, dan E. (2022). Pengaruh Kemudahan Transaksi, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12. <https://doi.org/10.32502/jimn.v12i1.4559>
- Sudirman, H. A., Sartika, D., Anindita, M., & Anshari, R. (2023). The role of brand experience and E-Wom on purchase decisions. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)*, 12(4), 572–577. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v12i4.2551>
- Swarjana I Ketut. (2022). *Populasi-Sampel, Teknik Sampling & Bias Dalam Penelitian* (E. Risanto, Ed.). Penerbit ANDI.
- Yoana Putri, M. (2022). Pengaruh Patronage Buying Motives dan Promosi Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian di Shopee (Vol. 10, Issue 1).