

## Daftar Pustaka

- Dharmanesa, B. (2017). *Manajemen Pemasaran. Edisi 2*.
- Damiati, dkk. 2017. *Perilaku Konsumen*. Rajawali Pers: Depok.
- Agustina, V., Sinurat, R., & Ali, M. M. (2020). Analysis of E-Service Quality and Quality Information on Trust and Impact on Purchase Decision on Consumer Tokopedia ( Case Study of Tokopedia Customers in Tangerang City ). *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(3), 538–548.
- Balhmar, A. M. (2021). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan pembelian di E-commerce Shopee. *Khuzaini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada E-commerce Tokopedia di kota Manado. *The Influence of Brand Image, Promotion and Service Quality on Concumer Purchase Decisions on Tokopedia E-commerce in Manado City*. 663 *Jurnal EMBA*, 9(2), 663–674.
- Dukalang, R., Taan, H., & Ismail, Y. L. (2022). Pengaruh Model Promosi Flash Sale dan Tagline Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembeli di Tokopedia. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(1), 60–76. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1833>
- Fahrevi, S. R., & Satrio, B. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online di Shopee.co.id.
- Fuad, Edi Sucipto Tanady, M. F. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas layanan Terhadap keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta.
- Ustman, M., & Wahyuati, A. (2020). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Tokopedia. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(6), 15.
- Witarisma, S, W. (2021). *Analisis Pengaruh kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada E-*

*commerce shoppe.*

- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah. (2020). Pengaruh Harga , Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 1–10.
- Mohammad Ustman, A. W. (2020). *Pengaruh Harga, Promosi, dan kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia.*
- Rahayu, S. (2021). Pengaruh Harga, Kepercayaan dan kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pengguna E-commerce Tokopedia (Studi Kasus pada Mahasiswa Manajemen Informatika angkatan 2020 Universitas mahakarya Asia PSDKU Baturaja). Vol. 20.
- Witarisma, S. W. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi* , 6(1), 821–829.  
<http://www.apple.com>
- Muhammad Fakhru Rizky & Hanifa yasin. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *MUHAMMAD FAKHRU RIZKY NST 1) HANIFA YASIN 2) 1) Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara 2) STIE Nusa Bangsa.*
- Iswandari & Fitriah. (2020). Pengaruh Harga Promosi dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Shopee. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Napitupulu, R. B., Sirait, C. br, & Zega, Y. (2022). Pengaruh Iklan dan Promosi Penjualan Shopee terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Darma Agung Medan. *Jurnal Global Manajemen*, 11(1), 40–51.  
<http://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/global/article/view/1563%0Ahttp://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/global/article/download/1563/1400>.
- Yusran, Ilyas Pratama and Usman, Osly, *Effect of Ease of Use, Service Quality, Price and Brand Image on Purchase Decision in Tokopedia (December 30,*

2019). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3511283> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3511283>.

E-commerce Indonesia. Iprice.co.id Diakses Maret 2023

<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/> .

Amanah, D., & Harahap, D. A. (2018). *Comparing Prices and Service Quality on Lazada and Tokopedia in Indonesia Kota Medan View project Comparing Prices and Service Quality on Lazada and Tokopedia in Indonesia. Www.Ijlemr.Com ||, 03(September), 19–24. www.ijlemr.com .*

Tanjung, C., Elfa, N., & Andreas, Y. (2018). *Analysis of Price Perception, Promotion, and Trust toward Decision Purchase on Online Site Tokopedia. International Journal of Innovative Science and Research Technology, 3(12), 386–389. www.ijisrt.com.*

Arsta, I. A. D. P., & Respati, N. N. R. (2021). *The Effect of Sales Promotion on Purchase Decisions Mediated by Brand image (Study On e-Commerce Tokopedia in Bali). American Journal of Humanities and Social Sciences Research, 5(12), 205–215. www.ajhssr.com*

Daulay, N. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Ayam Penyet Surabaya Jl. Dr. Mansyur Medan). *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK), 2, 89–110.*

Pradana, D., Hidayah, S., & Rahmawati, R. (2018). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek BRAND IMAGE terhadap keputusan pembelian motor. *Kinerja, 14(1), 16. https://doi.org/10.29264/jkin.v14i1.2445.*