

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Aditama, R. A. (2020). Pengantar Bisnis: Teori dan Aplikasi. Malang, AE Publishing.
- Ghozali. (2016). Aplikasi Analisis *Multivariate* Dengan Program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). “Aplikasi Analisis *Multivariate* Dengan Pogram IBM SPSS” Edisi Sembilan. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Huda, Nurul, Khamim, Hudori, dkk. 2017. Pemasaran Syariah: Teori dan Aplikasi. Depok: Kencana
- Irmawartini, & Nurhaedah. (2017). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kementerian Kesehatan RI.
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2014), *Principles Edition*, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.*
- Kotler, P., & Armstrong, G (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition. London: Pearson Education.*
- Kuncoro. (2013). *Mudah Memahami dan menganalisis Indikator ekonomi*. Yogyakarta: UPPSTIMYKPN.
- Limakrisna, N. dan Purba, T.P, (2017). Manajemen Pemasaran, Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia, jilid 2, Mitra Wacana Media. Bogor.
- Musfar, T. F., & SE, M. (2020). Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran. Media Sains Indonesia.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. P. & G. C. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*—Edisi 4. 4th Edn. Yogyakarta: Andi.

Jurnal:

- Abdillah, W., & Herawati, A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur (Studi pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya). Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur (Studi Pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya), 2(2). *Vol. 2 No. 2 Tahun 2018*
- Adelia, S. (2018). Pengaruh *online promotion* terhadap *repurchase intention* dengan *consumer perception* sebagai mediasi pada *travel online*. *Jurnal Manajemen Pemasaran, ISSN 1907-235X / e-ISSN 2597-615X12 (2), 94-100.*
- Al rasyid, H., & Tri Indah, A. (2018). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Perspektif, p-ISSN: 1411-8637 e-ISSN: 2550-1178 Vol. XVI No. 1 Maret 2018*

- Aulia, S., Basalamah, M. R., & Millannintyas, R. (2021). Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-Commerce* Shopee. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(15), 111–121.
- Azizi, F., & Yateno. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Diskon dan *Tagline* “Gratis Ongkir” terhadap Keputusan Pembelian Pada *Market Place* Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB, Universitas Muhammadiyah Metro). *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, 1(2), 260–277.
- Dewi, N. P., & Ardani, I. G. (2016). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif terhadap Niat Beli Ulang Produk Fashion Via *Online* di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(1), 650-677.
- Dewi, N. K. A., & Sukaatmadja, I. P. G. (2022). Peran *Brand Image* Memediasi Pengaruh *E-Wom* Terhadap *Revisit Intention* Di Era *New Normal*. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(4).
- Fauziah, I., & Tunjungsari, H. K. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, dan Brand Ambassador yang Dimediasi oleh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs Belanja Online Shopee. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(3), 242–247.
- Farhat, L. (2020). Keputusan Pembelian *Online*. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(1), 51-60.
- Fetrisen & Aziz, N. (2019) ANALISIS Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aicos Produksi PT. BUMI SARIMAS INDONESIA
- Hidayat, G., Rachma, N., & Asiyah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada *Online Shop* Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan 2016-2018). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(11), 137–153
- Hutagaol, C. D. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Pajak USU (PAJUS) Medan. Vol.7, No.3, November 2015
- Imantoro, F., Suharyono & Sunarti. (2018). Pengaruh Citra Merek, Iklan, Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Mi Instan Merek Indomie Di Wilayah Um Al- Hamam Riyadh). April 2018, Vol 57 No.1.
- Indrasena, R. W., & Budiarti, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Food. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(9).
- Iswandari, L. F., & Srihandayani, C. M. (2021). Pengaruh Harga, Promosi dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-Commerce* Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya). *Journal of Sustainability Business Research*, 2(1), 89–97.
- Labibah, Z., & Ismal, T. (2019). Pengaruh *E-Service Quality* dan Promosi Daring Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Pembelian Ulang Pada Pemesanan Hotel Di Situs Traveloka. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 7(2), 1–13.

- Margaretha, F. (2017). Analisis Hubungan Antara Motif dengan Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Shopee sebagai Media Berbelanja *Online* pada *Shopeeholics* di Kota Samarinda. *e-Journal Ilmu Komunikasi, ISSN (Cetak) 2502-5961, ISSN 5(4)*, 26-40.
- Muchlis, Wijayanto, G., & Komita, S. E. (2021). Pengaruh *E-Satisfaction* dan *E-Trust* terhadap *Repurchase Intention* Melalui *E-Word of Mouth (E-Wom)* sebagai Variabel Intervening *E-Commerce* BukaLapak pada Generasi *Millenial*. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 32(1), 18-29.
- Nasution, A , E, & Putri, L P. (2019) . Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan *ISSN 2714-8785 hal 194-199*
- Napik, A., Qomariah, N., & Santoso, B. (2018). Kaitan Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 3(1), 73-85.
- Nurhab, B. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan harga Terhadap Kepuasan Pasien rumah sakit. *FINANSIA: Jurnal Akuntansi dan Perbankan Syariah*, 1(02), 293-310.
- Nurkhasanah, S. & Mahmud (2022), Pengaruh Persepsian Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Online Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen (Studi Pada Shopeefood) *Jurnal Manajemen dan Dinamika Bisnis, Vol. 1, No.2, 2022*
- Nurlela. (2021). *E-Commerce*, Solusi di Tengah Pandemi COVID-19. *Jurnal Simki Economic*, 4(1), 47–56.
- Nurfitriana, S., & Iriani, F. (2018). Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Pengaruhnya Pada Minat Beli Ulang Produk Kecantikan Wardah. *Sebatik*, 22(2), 56-63.
- Prilano. K., Sudarso . A., & Fajrillah . F. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko *Online* Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 1-10.
- Rofi'i, N. A. Fatihudin . D. & Mochklas . M. (2019). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Produk Dr. Kebab Bara Satriya Sidoarjo (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surabaya). *Balance Vol. XVI No. 1 | Januari 2019*
- Santosa, D. G. W., & Mashyuni, I. A. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Denpasar. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 1(1), 290-302.
- Sara . F. M., Ningsih . C. & Andari . R. (2019). Pengaruh *Physical Evidence* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di *Café Infinito Culinary* Bandung. *Jurnal Gastronomi Pariwisata*, 3(2), 6.
- Surliana, Z., Irianto, & Kisnawati, B. (2020). Pengaruh Harga, Promosi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian *Online* (Studi Kasus Pada Konsumen Lazada). *Jurnal Kompetitif : Media Informasi Ekonomi Pembangunan, Manajemen Dan Akuntansi*, 6(1), 82–90.
- Suswanto, P. & Setiawati, S , D. (2020). Strategi Kominikasi Pemasaran Shopee dalam Membangun Positioning Di Tengah Pandemi Covid 19 Di Indonesia
LINIMASA : JURNAL ILMU KOMUNIKASI E-ISSN : 2614-0381, ISSN :

2614-0373VOLUME 3, NO.2

- Themba, O. S. (2021). Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee Melalui Harga, Diskon, Promo Ongkos Kirim dan Kualitas Produk. *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 925–932.
- Tulangow, S. G., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian PT. Shopee *International Indonesia Di Kota Manado. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 9(3), 35.
- Wijayanto, G. & Komita, S. E. (2021). Pengaruh *E-Satisfaction* dan *E-Trust* terhadap *Repurchase Intention* Melalui *E-Word of Mouth (E-Wom)* sebagai Variabel Intervening *E-Commerce* Buka Lapak pada Generasi *Millenial. Jurnal Ekonomi KIAT*, 32(1).
- Yanus, S., B. (2019). Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan Kondominium di Kawasan Kota Surabaya. *Majalah Ekonomi Vol. XXIV No. 1_Juli 2019, 24, 35-48.*
- Yohanda, A. R., Masdupi . E., & Engriani, Y. (2019). *The Influence of Promotion, Perceived Ease of Use, and Price Toward Repurchase Intention Transportation Services Go-jek on Students in Universitas Negeri Padang. Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 1(1).

Skripsi:

- Devi, Lenggang Kurnia Intan. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. Skripsi. Surabaya: Skripsi Tidak Diterbitkan.
- Ningtyas,G.S.(2021).Pengaruh E-Wom, *Costumer Rewiew* dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee. Skripsi, Universitas Putera Batam
- Wulandari, A. (2021). Pemanfaatan *Tagline* Gratis Ongkos Kirim Pada Pelanggan *Online Shop* Aplikasi Shopee Masyarakat Kecamatan Susukan Semarang. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta

Website:

- <https://databoks.katadata.co.id/> (Diakses pada 11 Januari 2023)
- <https://goodstats.id/> (Diakses pada 11 Januari 2023)
- <https://food.detik.com/>(Diakses pada 28 Desember 2023)
- <https://www.instagram.com/shopeefood> (Diakses pada 3 Januari 2023)