

DAFTAR PUSTAKA

- Cockrill, A. &. (2010). Perceived price fairness and price decay in the DVD market. *Journal of Product & Brand Management*.
- Creswell, J. W. (2012). *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research (4th ed.)*. Pearson Education .
- Dr. Ir. Hj. Apiaty Kamaluddin, M. D. (2017). *Administrasi Bisnis*. SAH MEDIA. Hak Cipta.
- Engel, J. F. (1995). *Consumer Behavior (8th ed)*. Dryden Press.
- Hatch, E. &. (n.d.). *Research Design and Statistics for Applied Linguistics*. Newbury House.
- Kotler, P. &. (2009). *Manajemen Pemasaran (Marketing Management, Thirteenth Edition)*. Penerbit Elangga.
- Kotler, P. &. (2012). *Marketing Management (14th ed.)*. Pearson, p. 67.
- Kotler, P. &. (2014). *Principles of Marketing (15th ed)*. Pearson Education .
- Kotler, P. &. (2016). *Marketing Management (15th ed)*. pearson Education .
- Kotler, P. &. (2018). *Principles of Marketing (17th ed)*. Pearson .
- Kotler, P. &. (2020). *Principles of Marketing (18th end)*. Pearson Education .
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran (Marketing Management, Thirteenth Edition)*. Erlangga.
- Peter, J. P. (2013). *Marketing Management Knowledge and Skills (11th ed)*. McGraw-Hill.
- Schiffman, L. (2008). *Perilaku Konsumen (Cunsomen Behavior) VII*. PT. Indeks.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Edisi terbaru)*. . Alfabeta .
- Tjiptono, F. &. (2017). *Pemasaran Strategik (ed 3)*. Yogyakarta : Andi.
- Yenni Arfah, S. (2022). *Keputusan Pembelian Produk* . PT Inovasi Pertama Internasional .
- Andhea Pramesti et al. 2023. “Penerapan Manajemen Operasional Di Era Digital Dan Perkembangan E – Commerce.” *Economics Business Finance and Entrepreneurship*: 88–97.

- Denia, Riska, and Corry Yohana. 2023. "Effect of Sales Promotion and Hedonic Shopping on Impulse Buying Behavior through Positive Emotion in E-Commerce Users in Jabodetabek." *Digital Business Journal (DIGIBIS)* 2(1): 99–111. <https://jurnal.umt.ac.id/index.php/digibis>.
- Desain, Analisis Pengaruh, Kualitas Produk, and D A N Harga. 2024. "Terhadap Keputusan Pembelian Pada." 02(01): 44–51.
- Dinal Rahmat Alam, Hismi Hismi, Sahrul Sahrul, and Riki Gana Suyatna. 2023. "Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis* 2(1): 313–23. doi:10.61132/manuhara.v2i1.630.
- Fadli, Rahmat, Suci Hidayati, Mifathul Cholifah, Rusdi Abdullah Siroj, and Muhammad Win Afgani. 2023. "Validitas Dan Reliabilitas Pada Penelitian Motivasi Belajar Pendidikan Agama Islam Menggunakan Product Moment." *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 6(3): 1734–39. doi:10.54371/jiip.v6i3.1419.
- Gunawan Palelu, R, W Tumbuan, and R Jopie Jorie. 2022. "Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kamsia Boba Di Kota Lawang the Influence of Price Perception and Service Quality on Customers Satisfaction on Kamsia Boba Lawang." *Jurnal EMBA* 10(1): 68–77.
- Ilma Heryan Putri, Fany, and Danny Wibowo. 2022. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Online Pada Pengguna Shopee Di Kecamatan Lakarsantri." *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 11(2): 1–18.
- Inayati, Kurnia Anisa, and Rena Feri Wijayanti. 2023. "Pengaruh Persepsi Harga Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee." *Jurnal Aplikasi Bisnis* 9(1): 32–37. doi:10.33795/jab.v9i1.610.
- Ismalia, Silfa, and Muhammad Iqbal Fasa. 2024. "Strategi Pemasaran Pada Platfrom E-Commerce Shopee." *Manajemen dan Syariah JIEMAS* 3(3): 378–87. <https://jiemas.stai-dq.org/index.php/home>.
- Keller, Kotler. 2016. "Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Pasar." *Manajemen Strategi* 2(1): 1–10.
- Kusdyah, Ike. 2012. "Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai, Dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan (Studi Kasus Erha Clinic Surabaya)." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 7(1): 25–32. doi:10.9744/pemasaran.7.1.25-32.
- Lestari, Lina Dwi, and Renny Dwijayanti. 2022. "Pengaruh Fenomena Harbolnas (Hari Belanja Online Nasional) Pada E-Commerce Shopee Melalui Diskon Dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 10(1): 1482–91.

doi:10.26740/jptn.v10n1.p1482-1491.

- Monica, Tiara, and Kartika Imasari Tjiptodjojo. 2025. "Pengaruh Promosi Penjualan Dan Ulasan Pelanggan Online Terhadap Keputusan Pembelian." *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 8(1): 949–54. doi:10.54371/jiip.v8i1.6665.
- Nigsih, Handayani Rahayu, and Septyan Budy Cahya. 2022. "Pengaruh Sale Promotion Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee." *YUME: Journal of Management* 5(2): 63–70. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/46719/39431>.
- Nuraini, Ika Diah, and Retno Hidayati. 2022. "Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kemudahan Penggunaan, Dan Intensitas Promosi Terhadap Pembuatan Keputusan Pembelian (Studi Empiris Pada Mahasiswa FEB Universitas Diponegoro Semarang Konsumen E-Commerce Shopee)." *Diponegoro Journal of Management* 11(5): 1–15. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>.
- Rahmawati, Lia Hanisa, and Muhammad Iqbal Fasa. 2025. "Transformasi Digital: Peran E-Commerce (Shopee) Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Indonesia Digital Transformation: The Role of E-Commerce (Shopee) in Improving the Competitiveness of Umkm in Indonesia." *Jurnal Intelek Insan Cendekia* (April): 6704–12. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic>.
- Rajagukguk, Peter, Hardani Hardani, and Ferry Kartawijaya. 2022. "Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace Shopee Paska Pandemic Covid-19." *Jurnal Administrasi Bisnis* 2(1): 28–34. doi:10.31294/jab.v2i1.1165.
- Rifa'I Bayu, Mitariani Ni Wayan Eka, and Imbayani I Gusti Ayu. 2020. "Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet Di Gallery Smartfren Denpasar." *Values* 1: 1–12.
- Subianto, Totok. 2017. "Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Ekonomi MODERNISASI* 3(3): 165–82.
- Vildayanti, R A, and R Adawiyah. 2024. "PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA DAN KEPERCAYAAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI SHOPEE(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Budi Luhur Jakarta)." *Jimek : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi* 7: 1–14. <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek>.
- Winda Apriani, and Syifa Pramudita Fadilla. 2023. "Analisis Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Di Transmart Tuparev Karawang." *Jurnal Bintang Manajemen* 1(2): 239–59. doi:10.55606/jubima.v1i2.1591.

databoks.katadata.co.id. (2025). *E-Commerce yang sering Diakses Masyarakat Indonesia Pada 2025*. Retrieved from Retrieved from E-Commerce yang seringDiaksesMasyarakat:<https://databoks.katadata.co.id/infografik/2025/08/19/e-commerce-yang-sering-diakses-masyarakat-indonesia-pada-2025>