

DAFTAR PUSTAKA

- Bahri, Syaiful. (2018). *Metode Penelitian Bisnis - Lengkap Dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. ANDI: Yogyakarta.
- Batlajery, S. And Alfons, M. (2019) ‘Analysis Of The Effect Of Public Relation And Sales Promotion On Decision Making Processes For Buying Water Refills In Merauke’, 10(3), Pp. 759–765
- Buchari Alma., (2016) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta
- Buchari Alma (2018). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Danang Sunyoto. (2014). *Dasar-dasar Manajemem Pemasaran : Konsep, Strategi dan Kasus*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Elondri. (2017). Pengaruh Kemudahan, Promosi Dan Kepuasan Transaksi Online Shopping Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survey Pada Konsumen Shopee.co.id). *E-Jurnal Apresiasi Ekonom*, 5(Nomor 3), 155–160.
- Firdausy, C. M., & Idawati, R. (2018). Effects of Service Quality , Price and Promotion on Customers ’ Purchase Decision of Traveloka Online Airline Tickets in Jakarta , Indonesia Effects of Service Quality , Price and Promotion on Customers ’ Purchase Decision of Traveloka Online Airline Tick. January. <https://doi.org/10.18775/ijmsba.1849-5664-5419.2014.32.1004>
- Ghazali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Dipenogoro
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary.(2012). *Principles of Marketing New Jersey*: Prentice Hall
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary. (2014). *Principles of Marketing, Fifteenth Edition*, Pearson Education, England.

- Kotler and Armstrong. (2015). *Armstrong & Armstrong, Marketing: An Introduction* | Pearson (twelfth). Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2016). *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Nuron Nabila, K., & Listyorini S.Sos, M.AB, S. (n.d.). *Dampak Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Pengguna Situs Jual Beli Online Bukalapak Pada Mahasiswa Fisip Universitas Diponegoro)*. 024.
- Philip Kotler, S. H. A. (2012). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia Edisi 1* (1st ed.). Pearson Education Asia dan ANDI.
- Sitompul, S. S., & Mastono. (2017). *Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Lazada.Co.Id Pada Mahasiswa Stie Pelita Indonesia*. 5(1), 81–95.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. (2020). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta
- Suryaningsih, I. B., Farida, L., Revanica, O., & Kusuma, A. A. M. (2019). The effect of coupon sales promotion, online customer review and perceived enjoyment on repurchase intention in e-commerce shopee. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(8), 435–440.
- 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
- Tjiptono, F. & Anastasia Diana. 2015. *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*, Andi Offset, Yogyakarta

- Tjiptono, F. & Anastasia Diana. 2016. Pemasaran Esesi dan Aplikasi, Andi Offset, Yogyakarta
- 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*, 9(3), 35. <https://doi.org/10.35797/jab.9.3.2019.25129.35-43>
- Tunnufus, Zakiyya, Wulandari, A. (2019). Pengaruh Harga Dan Jenis Media Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada E-Commerce Shopee Di Kabupaten Lebak. *The Asia Pacific; Journal of Management Studies*, 6(1), 29–40.
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 440. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.006.1.06>