

DAFTAR PUSTAKA

- Choiriyah, S. (-W.-C. (Choiriyah, S. (2023).). *Peran Kualitas Website Dan E-Wom Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen E-Commerce Shopee di Kota Semarang) (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG SEMARANG).*
- Fachri, R. D. (Fachri, R. D. P. (2023).). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BARANG DI SHOPEE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. KH SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO) (Doctoral dissertation, UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri).*
- Farrel, M. &. (Farrel, M., & Sunaryo, S.(2022).). *Pengaruh brand ambassador aktor kim seon ho terhadap minat beli konsumen produk skincare everwhite dengan brand image sebagai variabel intervening. Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen, 1(2).*
- Isyatun, R. (. (Isyatun, R. (2019).). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE PADA SHOPEE (Studi Kasus pada Pengguna Online Shopee di Kelurahan Tompokersan Kecamatan Lumajang).*
- Lestari, D. A. (Lestari, D. A. Y. (2027).). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN SITUS ONLINE SHOPEE MELALUI KEPUASAN PELANGGAN (Studi Empiris Mahasiswa Program Magister Manajemen Angkatan 2018 Univeristas Hasanuddin Makassar) (D.*
- Santoso, C. N.-D.-R.-C.-2. (Santoso, C. N. (2023).). *PENGARUH E-DESIGN & E-REVIEW BRAND ROUGHNECK 1991 TERHADAP ONLINE IMPULSE BUYING PADA E-COMMERCE SHOPEE. The Commecium, 6(3), 202-212.*

- Simanjuntak, G. M.-2. (Simanjuntak, G. M. (2023).). *Pengaruh Kualitas Produk, Perceived Price, dan Brand Image terhadap Niat Membeli Konsumen TV dari Jepang Dimediasi oleh Kepercayaan Konsumen. Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(2), 2351-2361.
- Teguh, K. R.-1. (Teguh, K. R. (2022).). *Pengaruh celebrity endorsement dan promosi terhadap keputusan pembelian produk minyak goreng kedelai misoya di pt. sari sarana kimiatama melalui minat beli sebagai variabel intervening pada masa pandemi covid-19. Jurnal Ekonomi Manaje*.
- Danit, D. A.-W.-3. (Danit, D. A. M. (2022).). *Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WoM) Terhadap Minat Beli pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Kota Bandar Lampung). Jurnal Manajemen, Ekonomi, Keuangan dan Akuntansi*, 3(1), 385-392.
- Mimanda, A. (. (Mimanda, A. (2020).). *Peran Media Exposure Dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Beli Online Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Mediasi*.
- Munir, A. F. (Munir, A. F. (2021).). *Pengaruh Iklan Shopee Di Televisi Terhadap Minat Beli Konsumen Berbelanja Online Di Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau)*.
- Setyowati, S. (. (Setyowati, S. (2022).). *Pengaruh Islamic Branding, Celebrity Endorser, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Ar Rafi (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Kudus) (Doctoral dissertation, IAIN Kudus)*.
- Puspita, D. A., & Astuti, S. R. T. (2023). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Promosi Penjualan, dan Kualitas Pelayanan Elektronik Terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Konsumen Tokopedia di Semarang). Diponegoro Journal Of Management*, 12(3), 1–12.

- Windarti, T., & Ibrahim, M. (2017). No Title Windarti, T., & Ibrahim, M. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu (Studi pada Konsumen CV. Donat Madu Cihanjuang-Pekanbaru). *Jurnal Jom FISIP*, 4(2), 1–10. *Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Di Sidoarjo)*, 11, 4.
- Afnina, & Hastuti, Y. 2018. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 21–30. <https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.458>
- Saputro, A., & Sugiharto, S. (2018). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Ambassador Dalam Membentuk Brand Identity Sebagai Variabel Intervensi Terhadap Purchase Intention Pada Produk Markobar. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(2), 1–8.
- Evangelista, P. (2022). PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK PADA PASAR ONLINE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Shopee Di Kelurahan Kayu Putih Jakarta Timur) (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia).
- Anwar, Iful. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keutusan Pembelian. Dalam *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Volume 4, No.12.
- Tessa, L., & Zeshasina, R. (2022). Pengaruh Reputasi, Tampilan Web, dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus Masyarakat Tanjung Gadang Kabupaten Sijunjung). Universitas Bung Hatta.
- Angelina, J., & Japariato, E. (2014). Analisis pengaruh sikap, subjektif norm di dan perceived Behavioral Control Terhadap Purchase Intention pelanggan SOGO departement store di tunjangan plaza Surabaya. *Jurnal strategi pemasaran*, 2, 2.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1. & 2.* PT. Indeks.
- Musarofah, I. (2020). Pengaruh Keanekaragaman Produk, Store Atmosfer, Kualitas Pelayanan, Harga, Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang. *Prosiding (Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi).*
- Dewayani, M. A., & Diharto, A. K. (2023). Pengaruh celebrity endorser dan electronic word of mouth terhadap minat beli produk skintific dengan brand image sebagai variabel intervening di boyolali (Doctoral dissertation, UIN surakarta).
- Setyowati, N. D., & Tutiasri, R. P. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Bagi Pelaku Usaha Makanan yang Terkena Dampak COVID-19. *JISIP : Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 10(1), 73–84. <https://doi.org/10.33366/jisip.v10i1.2268>
- Priyo, S., & Sri, S. D. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Dalam Membangun Positioning Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 16–29.
- Gunawan, D. (2022). Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing. Padangsidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Rana, N. P. et al., 2019. *Digital and Social Media Marketing: Emerging Applications and Theoretical Development.* Germany: Springer International Publishing.
- Zahay, D., Roberts, M.L., Parker, J., Barker, D.I., Barker, M., 2022. *Social Media Marketing: A Strategic Approach.* United Kingdom: Cengage Learning .
- Pradiani, T., 2023. *Strategi Pemasaran Digital: Website dan Relationship,* Malang: CV Literasi Nusantara Abadi.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.).* Pearson

Education, Inc.

iklan.shopee.co.id pertama kali diindeks oleh google pada agustus 2020
<https://iklan.shopee.co.id/learn/faq/56/21>

Sutisna. (2012). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Edisi kedua. Bandung.

Atmaja, Ni Putu. Cempaka Dharmadewi. *Pengaruh Kewajaran Harga, Citra*

Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Jasa Penerbangan Domestik Garuda Indonesia di Denpasar. Tesis Magister Manajemen Pada Program Pascasarjana Universitas Udayana, Denpasar.

Edward Depari dalam Ratu Mutialela (2017). dalam Anjarsari, V., & Pradana, M. (2021). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Universitas Telkom Angkatan 2016)*. *eProceedings of Management*, 8(5).

Martono dan Iriani (2014). dalam Satria, A. A. (2017). *Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada perusahaan A-36*. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 45-53.

Andhini, N. F. (2017). *Pengaruh Harga, Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepatu All Star Original*. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. dalam Buditama, I. L. E. (2024).

Farias (2017 dalam Manorek, Sutria Langling. (2016). *The Influence of Brand Image, Advertising, Perceived Price Toward Consumer Purchase Intention (Case Study : Samsung Smartphone)*. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* Volume 16 No. 01 Tahun 2016

Sumber Buku Skripsi

morissan (2013) dalam Nur Saebah (2022). pengaruh promosi gratis ongkir terhadap impulse buying dengan flash sale sebagai variabel intervening pada E-Commerce shopee

