

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Anoraga, Pandji. (2018). Manajemen Pemasaran. Penerbit Ghalia Indonesia. Jakarta
- Arikunto, Suharsini. (2018). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Azwar, S. (2018). *Sikap dan Perilaku Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Fendy Tjiptono. (2020). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4: Andi
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Ginting Abdorrhakman. (2018). *Esensi Praktis Belajar Dan Pembelajaran (Disiapkan Untuk Pendidikan Profesi Dan Sertifikat Guru-Dosen)*. Bandung.
- Keraf, Gorif. (2018). *Tata bahasa indonesia*. Jakarta:Nusantara.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2019). *Buku Prinsip Prinsip Pemasaran By Philip Kotler Gary Armstrong Edisi 12 Jilid 1 & 2. Edisi Ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2019). *Prinsip Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2019). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi Kedua Belas*, PT. Indeks, Jakarta.
- Notoatmodjo, S. (2018). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Slamet, Riyanto. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Dibidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta.

B. Artike jurnal

- Abdulraheem, M., & Imouokhome, E. O. (2021). The Influence of Social Media Sites on Consumer Buying Behavior in Shoprite Nigeria Limited. *Binus Business Review*, 12(2), 113–120. <https://doi.org/10.21512/bbr.v12i2.6513>
- Ali, Hasan. (2018). Jurnal Indovisi; Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pakaian. *Indonesian Indovisi Institute*.

- Auf, M. A. A., Meddour, H., Saoula, O., & Majid, A. H. A. (2018). Consumer buying behaviour: The roles of price, motivation, perceived culture importance, and religious orientation. *Journal of Business and Retail Management Research*, 12(4), 177–186. <https://doi.org/10.24052/jbrmr/v12is04/art-18>
- Basu Swasta, Dharmesta dan Irawan. (2018). *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.
- Dede Solihin. 2020. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *Online Shop* Mikaylaku dengan Minat Beli Sebagai *Variabel Intervening*. *Jurnal Mandiri*. Vol. 4 No. 1.
- Dewi, A. G. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya*. 1(2), 173–189.
- Erma Lailatul Zahroq dan Binti Nur Asiyah. 2022. Analisis Penentu Keputusan Pembelian dan Implikasinya Terhadap Minat Beli Ulang Pada Pengguna Shopee Generasi Z. *Jurnal Riset Ekonomi*. Vol 2 No 1 Juli.
- Hair, Joseph f. Jr. Et Al. (2019). *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. Pearson Education Limited. Harlow. England
- Hawkins, Del I, 2018. *Consumer Behaviour. Building Marketing Strategy*. New York.
- Kholil Ferhat dan Deden Syarif Hidayatullah. 2019. Pengaruh Perilaku Konsumen, Kualitas Produk dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Klamby. *E-Proceeding of Management*. Vol. 6 No.2.
- Khotim Fadhli, Elsa Dwi Aprilia dan Ino Angga Putra. 2021. Pengaruh Ekuitas Merek dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Minyak Goreng pada Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Karno*. Vol. 16 No.2.
- Kiswanto, K., Pudyaningsih, A. R., & Akramiah, N. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Talas. *Jurnal EMA*, 4(1), 25–39. <https://doi.org/10.47335/ema.v4i1.34>
- Luthfiana, N. A., & Hadi, S. P. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan dan E-service Quality Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Pembeli di Marketplace Shopee). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 37–42. <https://doi.org/10.14710/jab.v8i1.23767>
- Maulana, B. S. (2020). *BELI ULANG (Studi Empiris Pada Pengguna Shoope . co*

. id di Kota Surakarta).

Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, dan HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>

Oktavenia, K. A. R., & Ardani, I. G. A. K. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(3), 1374. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i03.p08>

Prativi, Y. P., Dewi, D. M., & Chairia. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jimea*, 4(1), 106–113.

[http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1490064&val=12596
&title=ANALISIS KOMPARATIF PENGUKURAN KINERJA ENTITAS
SYARIAH DENGAN BALANCE SCORECARD DAN MASLAHAH
SCORECARD](http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1490064&val=12596&title=ANALISIS%20KOMPARATIF%20PENGUKURAN%20KINERJA%20ENTITAS%20SYARIAH%20DENGAN%20BALANCE%20SCORECARD%20DAN%20MASLAHAH%20SCORECARD)

Sutrisno, N., & Haryani, A. D. (2017). Influence of Brand and Product Quality on Customer'S Buying Decision in South Cikarang Bekasi Regency. *Jurnal Lentera Bisnis*, 6(1), 85. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v6i1.169>

C. Sumber Rujukan Dari Website

www.detik.com). Dikutip Tanggal 27 Januari 2022 Pukul 19:00 WIB

[sumber:shopee.co.id](https://www.shopee.co.id)) Dikutip Tanggal 27 Januari 2022 Pukul 19:00 WIB