

DAFTAR PUSTAKA

- A, Shimp, Terence.2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jilid I (edisi 5), Jakarta :Erlangga.
- Akbar, M. A., & Alam, S.N.(2020). E- Commerce dasar teori dalam bisnis digital. yayasan kita menulis
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Ahdiat Adit.(2023). Jumlah Kunjungan ke 5 Situs E-Commerce Terbesar di Indonesia (Januari-September 2023). Diakses 29 Januari 2024
- Andriani¹, D. (2023).*Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram. Volume 2, Nomor 3, Maret 2023* , 823-835.
- Salsabila¹, C. P. (2022).*Pengaruh Iklan dan Citra Merek. Volume:8 Nomor:1, Agustus 2022* , 290-295.
- Asir Yusran (2018) *Analisis Pengaruh kualitas produk,kesadaran merek dan harga terhadap keputusan pembelian mobil pada PT. Honda Remaja Jaya Panaikkang (PT.HONDA REMAJA JAYA MOBILINDO)*
- Pramesti, D. Y., Widyastuti, S., & Riskarini, D. (2021). *Pengaruh kualitas pelayanan, keragaman produk,dan promosi e-commerce terhadap kepuasan konsumen shopee*. JIMP: Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila, 1(1), 27-39.

- Alia Candra Devi (2023) *Analisis Keputusan Pembelian Produk e-commerce Shopee di Kalangan Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang*
- Dwi Septi Haryani.(2019) *Pengaruh periklanan dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian pada perumahan Griya Puspandari Asri Tanjung Pinang. Volume:8,Nomor 1,Maret 2019,54-70.*
- Stanton, William J.2003. *Prinsip Pemasaran (terjemahan)*. Edisi 7, jilid 1.Erlangga. Jakarta.
- Sugiyono,S.(2017) *Metode penelitian:pendekatan kualitatif,kuantitatif,dan R dan D* ,Alfabeta,