

## DAFTAR PUSTAKA

- Alce, R. (2021). Pengaruh Potongan Harga, Iklan, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Shopee. *Benchmark*, 2(1), 81–93.  
<https://doi.org/10.46821/benchmark.v2i1.224>
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Arianto, N., Asmalah, L., & Rahmat, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Studi pada Pengguna Mas Cleaner. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(2), 194–203.  
<https://doi.org/10.32493/JPKPK.V5I2.18521>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- \_\_\_\_\_. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program Ibm Spss 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartono, J. (2016). *Menyambut Ekonomi Digital*. Universitas Gadjah Mada Fakultas Ekonomika Dan Bisnis. <https://feb.ugm.ac.id/id/penelitian/artikel-dosen/2211-menyambut-ekonomi-digital>
- Jayani, D. H. (2021). *Mayoritas Konsumen Pilih Belanja Online di Toko Resmi*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/27/mayoritas-konsumen-pilih-belanja-online-di-toko-resmi>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2021). Kominfo. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/32999/bisnis-e-commerce-semakin-gurih/0/artikel>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education Limited.
- Kusnandar, V. B. (2021). *Anak Usia Dini di Indonesia Capai 30,83 Juta pada 2021*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/12/15/anak-usia-dini-di-indonesia-capai-3083-juta-pada-2021>
- Lidwina, A. (2021). *Survei: 80% Ibu Indonesia Paling Sering Belanja Online di Shopee*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/12/survei-80-ibu-indonesia-paling-sering-belanja-online-di-shopee>

- Malau, H. (2018). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Alfabeta.
- Musnaini, Junita, A., Wijoyo, H., & Indrawan, I. (2020). *Digital Bisnis*. Pena Persada.
- Ritonga, H. M., Fikri, M. el, Siregar, N., Agustin, R. R., & Hidayat, R. (2018). *Manajemen Pemasaran Konsep dan Strategi*. CV Manhaji.
- Sadikin, A., Misra, I., & Hudin, M. S. (2020). *Pengantar Manajemen dan Bisnis. K-Media*.
- Sari, I. R., & Harti, H. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian. *AKUNTABEL*, 18(3), 444–451.  
<https://doi.org/10.29264/JAKT.V18I3.9714>
- Sarwono, J. (2015). *Rumus-Rumus Populer dalam SPSS 22 untuk Riset Skripsi*. CV Andi Offset.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)*. Alfabeta.
- \_\_\_\_\_ (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- \_\_\_\_\_ (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D*. Alfabeta.
- \_\_\_\_\_ (2018). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Anastasia. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik : Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategik, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif Hingga E-Marketing*. Andi.
- Trisnawati, N., & Pangestika, A. W. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Fashion Mayoufit Cabang Bekasi*. IKRA ITH Ekonomika.  
<https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/394>
- Yulianvera, D. A., & Ruknan, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tanaman Hias Pada PT Cipta Asri Florist Di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 4(2), 189–194.  
<https://doi.org/10.32493/JEE.V4I2.17118>