

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2018). *manajemen pemasaran*, (cet 7. Depok.
- Aditya Kapoor, D. M., Rajeev Agarwala, D. M., & Aditya Batra, M. D. (2011).  
An Unusual Coronary Trinity: Single Left Coronary Artery with the Right  
Coronary Artery Originating from the Left Main Coronary Artery and  
Following a Retro-Aortic Course. *J INVASIVE CARDIOL*, 23, E156–E157.
- Anggriana, R., Qomariah, N., & Santoso, B. (2017). Pengaruh Harga, Promosi,  
Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online “Om-Jek”  
Jember. *JSMBI ( Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia )*, 7 no 2(2),  
137–156.
- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap  
keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(12).
- Kasiram, M. (2008). Metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif. *Malang:  
UIN-Malang Pers.*
- Kotler, P. (1992). Marketing’s new paradigms: What’s really happening out there.  
*Planning Review.*
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). Manajemen Pemasaran, Jilid 1. Jakarta:  
Erlangga. *Online Purchasing.*
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen pemasaran jasa: Teori dan praktek.*
- Maimunah, M., Sunarya, L., & Larasati, N. (2012). Media Company Profile  
Sebagai Sarana Penunjang Informasi dan Promosi. *Creative Communication  
and Innovative Technology Journal*, 5(3), 281–301.
- Mediti, O. C. M. S. P. (2020). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan  
Elektronik terhadap Kepuasan Konsumen pada Pengguna Aplikasi Shopee.

*Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(4).

- Miller, C. A., & Parasuraman, R. (2007). Designing for flexible interaction between humans and automation: Delegation interfaces for supervisory control. *Human Factors*, 49(1), 57–75.
- Nursalam, K. (2008). *Penerapan Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan, Pedoman Skripsi*. Tesis, dan Instrumen Penelitian Keperawatan, Edisi 2, Jakarta: Selemba Medika.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41–50.
- Puspitasari, R., & Aprileny, I. (2020). PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI, KUALITAS PELAYANAN, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG (Studi Konsumen Pelanggan Aplikasi Grab di PT. Sido Muncul Kebon Jeruk). *PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI, KUALITAS PELAYANAN, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG (Studi Konsumen Pelanggan Aplikasi Grab Di PT. Sido Muncul Kebon Jeruk)*, 15.
- Riduwan, M. B. A. (2003). Dasar-dasar statistika. *Bandung: Alfabeta*.
- Sekaran, U. (2006). *Metodologi penelitian untuk bisnis*. Edisi.
- Sinambow, S., & Trang, I. (2015). Pengaruh harga, lokasi, promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada Toko Komputer Game Zone Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3).
- Sugiyono, P. D. (2013). Metode penelitian manajemen. *Bandung: Alfabeta, CV*.
- Sumarwan, U. (2019). *Pemasaran Strategik: Perspektif perilaku konsumen dan Marketing plan*. PT Penerbit IPB Press.

Sunyoto, D., & Admojo, T. (2014). *Konsep dasar riset pemasaran dan perilaku konsumen*.

Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran. Yogyakarta. *Andi Offset*.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). Pemasaran Strategik, Edisi 2, Yogyakarta, CV. *Andi Offset*.

Utami, V. A. M., & Suhermin, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(7).

Yoeliastuti, Y., Darlin, E., & Sugiyanto, E. (2021). PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI APLIKASI PENJUALAN ONLINE SHOPEE. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 10(2), 212–223.