

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi dan Hermawan. (2013). *E-Business & E-Commerce*. Yogyakarta: Andi.
- Amaludin, Ibnu. (2020). *Strategi Promosi Yang Diterapkan Pada PT Shopee Indonesia* [Mini Research].
- Asriati, N., dkk (2019). *Pedomen Penulisan Karya Ilmiah*, Pontianak: FKIP Universitas Tanjungpura.
- Jaelani, E. (2018). *Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Online pada Konsumen Tokopedia di Bandung*. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen Dan Akuntansi)*, 10(2), 57-64.
- Febrianza, R., & Aprileny, I. (2020). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Pada E-Commerce Shopee (Studi Pengguna Aplikasi Shopee pada Mahasiswa STEI Jakarta)* *Influence Of Promotion Mix On Repurchase Intention In E-Commerce Shopee (Study of Shopee Application Users In STEI Jakarta Students)*.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Iskandar, I., Aminuyati, A., & Warneri, W. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer Pada Mahasiswa Universitas Tanjungpura Pontianak*. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa*, 7(10).
- Kasmadi & Nia Siti Sunariah. (2014). *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*. Bandung : ALFABETA.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Manap, Abdul. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Nawawi, Hadari. (2015). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjadara University Press.
- Nugraheni, E. D. (2020). *Peran Penggunaan Shopee sebagai Media Promosi Online Shop dalam Meningkatkan Laba Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam*. *Skripsi: Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*.

Ramadhan, F., & Jumhur, H. M. (2018). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online Pada E-commerce Shopee. eProceedings of Management*, 5(3).

Riduwan. (2014). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta

Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*

Shafinazh, Namira. (2020). *Pengaruh Promo Shopee “ Tanggal-Tanggal Istimewa ” Terhadap Minat Beli Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara*. Skripsi: Universitas Sumatera Utara.

Silaban, F. (2021). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Barang pada Aplikasi Shopee (Study Kasus Mahasiswa FEB UMSU) (Doctoral dissertation)*.
Disertai: *Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Siregar, Syofian. (2014): *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.

Sudaryono (2017). *Metodologi penelitian*. Jakarta: Rajawali Press.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

Sugiyono, (2019). *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung : Alfabeta.

Sujarweni, V.Wiratna. (2015). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: PUSTAKA BARU PRESS.

Wibowo dan Priansa, (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.

<https://sumedang.pikiran-rakyat.com/ragam/amp/pr-563643409/hasil-survey-persaingan-e-commerce-indonesia-makin-ketat-ini-dia-jawaranya>

<https://m.liputan6.com>