



DAFTAR PUSTAKA

- Abdurohlim, Dindin (2021). *Pengembangan UMKM (Kebijakan, Strategi, Digital Marketing dan Model Bisnis UMKM)*, Bandung: PT Refika Aditama.
- Aprillia, Angella (2022) “Dampak Pandemi Terhadap Pembangunan Infrastruktur”, diakses Oktober 2022, <https://kpbu.kemenkeu.go.id/read/1112-1273/umum/kajian-opini-publik/dampak-pandemi-terhadap-pembangunan-infrastruktur>
- Dapas, Chendy Christy., Sitorus, Tigor., Purwanto, Edi., & IHALAUW Jhon J.O.I. (2019). The Effect of Service Quality and Website Quality of Zalora.com on Purchase Decision as Mediated by Purchase Intention. *Journal Quality Access to Success*, 20 (169).
- Digdowiseiso, Kumba., & Yulia Kartika Sari (2022). The Impact of Digital Marketing, Product Quality, and Service Quality on Customer Satisfaction through Purchase Decision as Interacting Variables (Case Study of User Accurate Accounting Software in Jabodetabek Area), *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5 (3), 25264-25279.
- Dimas, Bayu (2022), “APJII: Pengguna Internet Indonesia Tembus 210 Juta pada 2022“, diakses Oktober 2022, <https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022>
- Fahmi, Vicky Mahendra Nur & Masruchan (2022). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Shopee, *Journal Scientific Of Mandalika*, 3 (9), 36-42.
- Ghozali, Imam (2018), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, Edisi 9, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Google (2022), diakses Oktober 2022, shorturl.at/bejvY
- Harmayani, Durahman Marpaung, Amir Hamzah, Neni Mulyani & Jeperson Hutahaean (2020), *E-Commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital*, Yayasan Kita Menulis.
- Hasan, Golan & Winson Leon (2022), Effect of promotion strategy, price, advertising, Quality Service, Customer Trust on Seafood Purchase Decision in Batam Meditation By Product Quality, *Conferrence on Business, Social Sciences and Technology*, 2 (1), 172- 184.
- Jaherman, Rico, Wagiarto Hoesin, & Iwan Kurniawan (2022). The Effect of Service Quality and Price on Consumer Purchase Decision through Purchase Interest on Online Shopee Shopping Sites in Indonesia, *Indonesian Journal of Multidisciplinary Science*, 1 (8), 841-848.
- Kasmad (2022), The Effect of Promotion Strategy and Quality of Service on Consumer Purchase Decisions at Tendean Branc Mcdonald’s In Jakarta Selatan, 9 (2), 371-380.

© HAK CIPTA: Dilindungi Undang-Undang
 Hak Cipta: Dilindungi Undang-Undang
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumbernya.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Kotler, Philip & Gary Amstrong (2021), *Principles of Marketing*, Edisi 18, United Kingdom: Pearson Education Limited.

Kotler, Philip., Hermawan Kartajaya., Iwan Setiawan (2019), *Marketing 4.0*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Kotler, Philip., Kevin Lane Keller., Alexander Chernev (2022), *Marketing Management*, United Kingdom: Pearson Education Limited.

Kirana (2022), "Pandemi Covid-19 dan Dampaknya Terhadap Ekonomi Digital", diakses Oktober 2022, <https://feb.ugm.ac.id/id/berita/3558-pandemi-covid-19-dan-dampaknya-terhadap-ekonomi-digital>

Kurniawan, Arief R. (2018), *Dasar-dasar Marketing: Segala Hal tentang Marketing dan Sales*, Yogyakarta: Penerbit Quadrant.

Latan, Hengky & Imam Ghozali (2017), *Partial Least Square: Konsep, Metode, dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 5.0*, Edisi 3, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Oentoeng, Irfan FC & Muchamad Muslih (2021), Sustainable Marketing Governance to Drive Purchasing Decisions in Online Business, *International Journal of Scientific Engineering and Science*, 5 (1), 42-49.

Pranoto, Franco, PM Budi Haryono, & Adrie Frans Assa (2022) . The Effect of Service Quality and Price on Purchase Decisions Mediated by Brand Image, *International Journal of Husocpumnet*, 2 (2), 67-77.

Suparudin, Lalu., You She Melly Anne Dharasta, Awan (2022). The effect of product quality and service quality on purchase decision at Mie Gacoan, *International Journal of Economics*, 1 (2), 147-156.

Tokopedia (2022), diakses Oktober 2022, <https://seller.tokopedia.com/edu/keuntungan-bisnis-online-di-tokopedia/>

Tokopedia (2022), diakses Oktober 2022, https://seller.tokopedia.com/review/3029630463?time=1y&sortby=create_time%20desc

Tokopedia (2022), diakses Oktober 2022, <https://seller.tokopedia.com/statistic/overview>

Whatsapp (2022), diakses Oktober 2022, <https://web.whatsapp.com/>

Radjab, Enny., & Andi Jam'an (2017), *Metodologi Penelitian Bisnis*, Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.

Schindler, Pamela S. (2019), *Business Research Methods*, Edisi 13, New York: Mc Graw Hill Education.

Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017), "*Buku Ajar Strategi Promosi Pemasaran*", Jakarta: FKIP UHAMKA.



Tjiptono, Fandy (2015). *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tobing, Natalia., Wagiarto Hoesin & Iwan Kuriawan Subagja (2022). The Effect of Promotion and Service Quality on Purchase Decisions Through Purchase Interest on Grabfood Application in East Jakarta, *International Journal of Business and Social Science Research*, 3 (10), 25-33.

Wahyoedi, Soegeng., Saparso, & Melitina Tecolalu, Hery Winoto Tj (2021). The Effect of Service Quality, Learning Quality, and Promotion Strategy on Parents' Decisions in Choosing ABC Primary Schools, *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 4 (1), 999-1005.

Widokarti, Joko R. & Donni J. Priansa (2019), *Konsumen, Pemasaran, dan Komunikasi Kontemporer*, Bandung: Pustaka Setia.

Widyanti, Tia Peppy., & Sujianto (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening, *Jurnal Akunanis dan Ekonomi*, 7 (2), 13-30.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.