



DAFTAR PUSTAKA

E – Book:

Armstrong, Gary., Kotler, Philip. & Opresnik, Marc Oliver. (2022). *Marketing: An Introduction, Fifteenth Edition*, United Kingdom : Pearson Education.

Hair, Joseph F., Black, William C., Babin, Barry J. & Anderson, Rolph E. (2019). *Multivariate Data Analysis, Eighth Edition*, United Kingdom : Cengage Learning.

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

Pride, William M. & Ferrell, O.C. (2018). *Foundations of Marketing, Eighth Edition*, USA : Cengage.

Schindler, Pamela S. (2022). *Business Research Methods, Fourteenth Edition*, New York : McGraw Hill LLC.

Jurnal:

Adeline Livia (2022), Skripsi: Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Layanan ShopeeFood Pada Pengguna Shopee di Jakarta. Jakarta : Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Bahtiar M (2023), Skripsi: Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Sigma Asia Bahtiar. Jakarta : Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Chandra, Kartika (2020), Skripsi: Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk “Chatime” di Kelapa Gading Jakarta Utara. Jakarta : Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Hananto, Djoko, (2021), Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda di Tangsel. Seminar Nasional Penelitian, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Cirendeui, 28 Oktober. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit/article/view/11027/629>



Hasbi, Imanuddin. & Lestari, Maya Alda, 2022, 'Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian GoFood di Kota Bandung', vol.24, no.1, hlm. 15-26, diakses 1 Maret 2024, <https://jurnaltsm.id/index.php/JBA/article/view/1045/789>

Natanael, Natanael (2022), Skripsi: Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian McD Artha Gading. Jakarta : Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Purnomo, Lico (2022), Skripsi: Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Marketplace* Aplikasi Tokopedia di DKI Jakarta. Jakarta : Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Website:

Ahdiat, Adi 2023, Media Sosial yang Banyak Dipakai Konsumen Indonesia untuk Belanja, diakses 31 Januari 2024, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/28/ini-media-sosial-yang-banyak-dipakai-konsumen-indonesia-untuk-belanja>

Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, (2023), KBBI VI Daring, diakses 31 Januari 2024, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>

CNBC Indonesia 2023, TikTok Shop Ditutup di RI Jadi Pukulan Telak Raksasa China, diakses 31 Januari 2024, <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20231013152622-37-480376/tiktok-shop-ditutup-di-ri-jadi-pukulan-telak-raksasa-china>

GNN Indonesia 2022, Apa Itu TikTok Shop dan Cara Menggunakannya, diakses 31 Januari 2024, <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20220920115210-190-850204/apa-itu-tiktok-shop-dan-cara-menggunakannya>

Mekari Qontak 2023, Influencer Marketing: Definisi, Manfaat, Tips, dan Contohnya, diakses 31 Januari 2024, <https://qontak.com/blog/influencer-marketing/>

Rizaty, Monavia Ayu 2023, GMV *Social Commerce* Indonesia Capai US\$25 Juta pada 2022, diakses 31 Januari 2024, <https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/gmv-social-commerce-indonesia-capai-us25-juta-pada-2022>



TikTok 2023, GoTo dan TikTok Sepakati Kemitraan Strategis *E – Commerce* untuk Mendorong Kemajuan UMKM Indonesia, diakses 31 Januari 2024, <https://newsroom.tiktok.com/in-id/goto-dan-tiktok-sepakati-kemitraan-strategis-e-commerce-untuk-mendorong-kemajuan-umkm-indonesia>

Widi, Silvina 2023, Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023, diakses 31 Januari 2024, <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>

Kusra, Yenny 2022, 86% Masyarakat Belanja Melalui Platform Media Sosial, diakses 31 Januari 2024, <https://dailysocial.id/post/laporan-populix-86-masyarakat-belanja-melalui-platform-media-sosial>

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.