

## DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D. S., Takwim, R. I., & Daros, H. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Publik Di Kelurahan Cibeureum Kota Cimahi. *Professional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 10(2), 739–744. <https://doi.org/10.37676/professional.v10i2.4498>
- Afianti, Y., Ayu Ramadhani, N., Risnandyaa Rahmi, A., & Madiistriyanto, H. (2023). Pemasaran Digital Efektif Dalam Platform Tokopedia: Studi Kasus. *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, 2(7), 1324–1328. <https://doi.org/10.59188/jcs.v2i7.455>
- Ageng Mahendra Assidiq, Oktaviani, D., & Sandhi, R. A. (2022). Pengaruh *Digital Marketing*, Kualitas Layanan, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Telemedicine. *Journal of Economic Perspectives*, 2(1), 1–4.
- Akbar, Y. K., & Suwitho, S. (2022). the Role of *Digital Marketing* in Shaping Customer Engagement and Its Impact on Purchase Intention on Erigo Apparel Consumers. *International Conference of Business and Social Sciences*, 941–947.
- Alif Viando, H. R., Ningrum, N. K., & Cahyani, P. D. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi kasus pada Brand Vamo di Yogyakarta). *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*, 10(2), 503–516. <https://doi.org/10.37606/publik.v10i2.663>
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15–31.
- Andrian, et al. (2022). Perilaku Konsumen. In *Rena Cipta Mandiri* (Vol. 3, Nomor 1).
- Arhofa, G. A., & Andarini, S. (2023). Pengaruh Influencer Marketing dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Apparel. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 11–21. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i1.3820>
- Artham, S. (2020). Pengaruh Persepsi Keadilan (Justice) Dalam Service Recovery Terhadap Loyalitas Konsumen Shopee. *Repository*. <https://repository.bakrie.ac.id/5290/>
- Baihaky, S., Yogatama, A. N., & Mustikowati, R. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Madu Tokkebi Snacks Malang. *Jurnal Ilmu Sosial*, 1(1), 85.
- Balaka, M. Y. (2022). Metode penelitian Kuantitatif. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif*, 1, 130.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui

- Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.867>
- Chandra, T., Chandra, S., & Layla Hafni, S, SE, M. (2020). Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty : Tinjauan Teoritis. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Daga, R. *Citra, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan*. Global Research And Consulting Institute.
- Damayanti. (2019). *Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Karyawan Non Medis Rs Islam Siti Khadijah Palembang)*. 2, 75–86.
- E-Commerce. (2024). *Survei IPSOS: Fitur Shopee Live Paling Populer buat Brand Lokal & UMKM*.
- Ecommerce in Southeast Asia 2023 | Momentum Works*. (2024).
- Ekasari, R., & Mandasari, E. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, *Digital Marketing* Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lipcream Pixy Di Kabupaten Sidoarjo. *Iqtisha Dequity jurnal Manajemen*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.51804/iej.v4i1.1583>
- Fadillah, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Dealer Yamaha Suryanata Amuntai. *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga*, 5(2), 1–12. <https://doi.org/10.36658/ijan.5.2.104>
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Edisi 10. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Hair, J., & Alamer, A. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in second language and education research: Guidelines using an applied example. *Research Methods in Applied Linguistics*, 1(3), 100027.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2022). Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. In *LP2M UST Jogja* (Nomor March).
- Hariyanti, D. (2024). *Shopee Live, Pilihan Utama Fitur Berjualan Bagi Brand Lokal dan UMKM*.
- Harlim, J. M., & Rosalina, S. S. (2022). *Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Melalui Aplikasi Layanan Shopeefood Di Jakarta (Studi Pada Konsumen Shopeefood Di Jakarta)*.
- Hubbina, R. (2023). Pengaruh *Digital Marketing*, Desain Produk, dan Kualitas Produk

- Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Distro Kedai Oblong Jambi). *Journal of Student Research (JSR)*, 1(5), 459–475.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan* (1 ed., Nomor 112).
- Inkiriwang, M. V., Ogi, I. W. J., & Woran, D. (2022). Pengaruh *Digital Marketing*, Kualitas Produk Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Pinky Kitty Shop Tondano. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(3), 587. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.42488>
- Jakpat, & Jakpat. (2024). *Indonesia E-Commerce Trends – 1st Semester of 2024*.
- Juli, P. R., Suardhika, I. N., & Hendrawan, G. Y. (2021). Pengaruh Inovasi Produk , Kualitas Produk Dan *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Angelo Store Ubud Bali. *Jurnal Values*, 2(2), 373–385.
- Kholidah, N., & Arifiyanto, M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal di Pekalongan. *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman*, 7(1), 136–151. <http://wahanaislamika.ac.id>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Pdf-Buku-Prinsip-Prinsip-Pemasaran-Philip-Kotler-Gary-Armstrong-Jilid-1-Edisi-12Pdf\_Compress.Pdf* (hal. 162).
- Masruroh, S., Wahyono, D., Muhaimin, Katjina, H., & Judijanto, L. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>
- Maulana, H., Oktaviani, N. E., & Handayani, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Article Info ABSTRAK. *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science*, 1(01), 51–62.
- Pambudi, P. A. (2021). *Analisis Percepton Gap Antara Generasi X Dan Y Terhadap Digital Marketing*. Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung.
- Priadana, H. M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Della (Ed.); 1 ed.). Pascal Books.
- Purnama, I. B. O., & Nainggolan, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop “gula. *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 8(3), 2023.
- Ramadhan, W. D., Rachmawati, I. K., & Alamsyah, A. R. (2023). Pengaruh Word Of Mouth, *Digial Marketing*, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Bina Manajemen*, 11(2), 124–136.

- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh *Digital Marketing*, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen*, 09(07), 2596–2620. <https://doi.org/doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i07.p07> ISSN
- Sihotang, H. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Pusat Penerbitan dan Pencetakan Buku Perguruan Tinggi Universitas Kristen Indonesia Jakarta*. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Sopiyan, P. (2022). Pengaruh *Digital Marketing* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 249–258. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.1057>
- Sugiyono, P. D. (2019). Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- Tjiptono, F. (2019a). *Kepuasan Pelanggan-Konsep, Pengukuran, Dan Strategi* (A. Diana (ed.)). ANDI OFFSET.
- Tjiptono, F. (2019b). Perilaku Konsumen: Definisi, Domain, Determinan. *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen*, 103.
- Utomo, J., Julius Nursyamsi, & Aji Sukarno. (2023). Analisis Pengaruh Produk, Promosi Dan *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanja Online Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Intervening. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(1), 100–116. <https://doi.org/10.56127/jekma.v2i1.472>
- Zahrani, S. F., & Marlien, R. . (2023). the Influence of *Digital Marketing* Content on the Purchase Decision (Study on Erigo Product Users in Semarang City). *Fokus Ekonomi : Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 18(2), 151–159. <https://doi.org/10.34152/fe.18.2.151-159>