

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Gafur Labantu, W. J. (2021). Pengaruh Strategi Promosi, Proses, dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Pelanggan Bonbon Factory Manado. *Jurnal Emba*, Vol.9, 570-578.
- Aditya., I. M. (2023). *GoodStats*. <https://goodstats.id/article/jawara-e-commerce-di-awal-tahun-2023-CkEmg>.
- Agung Pratama, R. (2022). Pengaruh Media Sosial, Modernitas, Dan Kualitas Layanan Online Terhadap Minat Beli (Survei Terhadap Pengguna Marketplace Shopee Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Angkatan 2018-2021 Universitas Perjuangan Tasikmalaya). *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1, 337-344.
- Agus Purwanto, M. A. (2019). Analisis Data Penelitian Marketing: Perbandingan Hasil antara Amos, SmartPLS, WarpPLS, dan SPSS Untuk Jumlah Sampel Besar. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, Vol 2, 216-227.
- Agus Purwanto, M. A. (2021). Analisis Data Penelitian Sosial dan Manajemen: Perbandingan Hasil antara Amos, SmartPLS, WarpPLS, dan SPSS Untuk Jumlah Sampel Medium. *Ijosmas*, Vol 02, 43-53.
- Ahmad Saeful Anwar, D. S. (2020). Pengaruh Differensiasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Pendekatan Partial Least Square SEM SmartPls. *KarismaPro: Kajian & Riset Manajemen Profesional*, Vol 11, 58-73.
- Azril Dwi Setiawan, A. F. (2022). Pengukuran Kepuasan Konsumen Menggunakan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) (Studi Kasus UMKM Ahul Saleh). *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan (JTMIT)*, Vol 1, 286-295.
- Djoko Lesmana Radji, S. K. (2018). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Delizza Pizza Kota Gorontalo. *Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal Aksara*, Vol 4, 17-26.
- Dwi Nuvia Ningsih, C. W. (2020). Pengaruh Strategi Promosi dan Social Media Terhadap Minat Beli Garskin yang Dimediasi Word Of Mouth. *Journal Riset Mahasiswa Manajemen (JRMM)*, Vol 6, 1-6.
- Faisal Ahmad LMH, A. S. (2021). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Minat Beli. *pengabdian masyarakat*, Vol. 1, 1-3.
- Fatmasari Sukesti, I. G. (2021). Factors Affecting the Stock Price: The Role of Firm Performance. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, Vol 8, 165-173.
- Handayani, D. &. (2021). Pengaruh Gaya Hidup dan Kepribadian terhadap Minat Belanja Online melalui Aplikasi Lazada. *jurnal.ceredindonesia.or.id*, 475-483.
- Helwig, N. E.-w. (n.d.). Analisis struktur kovarians indikator terkait kesehatan pada lansia yang tinggal di rumah dengan fokus pada rasa subjektif kesehatan.

- Hermawan, A. (2022). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Minat Beli pada Umkm Rojo Sosis. *Smart Journal, Vol.02*, 163-179.
- Hermawan2, T. K. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Social Influence Terhadap Keputusan. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, 176-180.
- Hesti Noor Fatimah, A. N. (2022). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Aplikasi Shopee). *Jurnal Sinar Manajemen, Vol 9*, 106-113.
- Jackson, T. H. (2021). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Potongan Harga Terhadap Minat Beli dan Keputusan Penggunaan Aplikasi Belanja Shopee (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal EMBA, 9*, 1402-1412.
- Joseph F. Hair, J. M. (2018). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review, Vol. 31*, 1-24.
- Julian Aryandi, O. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis (JMMIB), Vol 1*, 117-127.
- Kurniawati, A. &. (2022). Strategi Promosi Penjualan pada Marketplace Shopee. *2*, 65-79.
- Livia Amanda, F. Y. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND, Vol VIII*, 179-188.
- M. Rifki Bakhtiar, P. S. (2023). Efek Mediasi Minat Beli pada Keputusan Pembelian Make-Up. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi, Vol. 21*, 605-622.
- Maria Laimu, A. D. (2023). Determinasi Digital Payment, Persepsi. *Jurnal Peta, Vol. 8*, Hal 172-187.
- Muhammad Yusuf Syahbana, D. S. (2022). Pengaruh Store Image dan Private Label Image serta Perceived Quality terhadap Purchase Intention produk private label indomaret di kota Samarinda. *Borneo Student Research, Vol 3*, 2034-2048.
- Mulyana, M. (2019). Inisiasi VIII Strategi Promosi dan Komunikasi. *Tutorial Online Ekma 4216 Manajemen Pemasaran*, 57-63.
- N Hidayat, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Smartphone Samsung Di Neo Komunika). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 10*, 1-7.
- Novan Haryono, R. O. (2014). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Mutu Layanan Terhadap Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen. *Indept, Vol 4*, 20-27.
- Novianti, A. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Minat Beli dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket Victoria Tiban. *eCo-Buss, Vol 6*, 66-78.
- Nuraeni, P. &. (2019). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House) . *Jurnal Common, ojs.unikom.ac.id*, 71-80.

- P, V. (2021). Pengaruh Harga, Strategi Promosi, Ulasan Konsumen dan Kemudahan Aplikasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *Ijma*, 39-52.
- Periyadi, J. N. (2020). Pengaruh Strategi Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Kain Sasirangan Bordir. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. 4, 152-162.
- Prof., D. s. (2008). Metodologi Penelitian. . 16-28.
- Purba, Y. M. (2021). Implementasi Program Diklat Berjenjang Tingkat Dasar Dalam Jaringan Untuk Meningkatkan Kompetensi pendidik PAUD Universitas Pendidikan Indonesia. *Perpustakaan.Upi.Edu*, 1-9.
- Rofiudin, M. S. (2022). Pengaruh Harga Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia Pasca Covid 19 Di Malang Raya. *Inspirasi*, 19, 721-730.
- Salsyabila, S. R. (2021). Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap impulsive buying pada marketplace shopee. . *Manajemen*, 1, 37-46.
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11, 432-439.
- Sayyida. (2023). Structural Equation Modeling (SEM) Dengan SmartPls dalam Menyelesaikan Permasalahan Di Bidang Ekonomi. *Journal Missy*, Vol.4, 6-13.
- Sofia Nura Adila, N. A. (2020). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi Oleh Minat Beli pada Konsumen Restoran KFC Cabang Khatib Sulaiman Padang. 1-16.
- Sumaa, S. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli Di E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). . *Jurnal Emba*, 9, 304-313.
- Susilawati Sumaa, A. R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli Di E-Commerce Shopee (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas SAM Ratulangi Manado). *Jurnal Emba*, Vol.9, 304-313.
- Syahrial, Y. A. (n.d.). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi DAN . 5-15.
- Umar Bakti, H. M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, Vol 22, 101-118.
- William Lianardi, S. C. (2019). Analysis Of Service Quality, Product Compelteness, And Price On Purchasing. *Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis*, Vol. 4, 45-58.
- Yogi Erlangga, P. N. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan, Experiential Marketing, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Café Eskalasi Space Di Kota Bandung. *e-Proceeding of Management*, Vol.10, 4091-4102.