

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, S. (2020). Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompot Digital. *Jurnal Komunikasi*, 12(2), 311-324.
- Fine, V., Rombon, A., Pelleng, F. A. O., Mukuan, D. D. S., & Bisnis, A. (2021). Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Handphone di Toko Bahtera Cell It Center Kota Manado. In *Productivity* (Vol. 2, Issue 3). 12 -16
- Geraldine, Y. M. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Media Sosial Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Brand Wardah. *Point: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 71-82.
- Gunawan, Ce. (2018). *Mahir Menguasai SPSS*. Jakarta: Deepublish.
- Hamida, I. A., & Amron, A. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Menggunakan Layanan Pesan-Antar Shopeefood (Studi Pada Pengguna Shopee Food di Kota Semarang). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 25(1), 33-42.
- Indra Permana, D. (2017). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lantai Kayu Dan Pintu PT.Piji Di Jawa Timur. In *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 2, Issue 1), 117 - 123
- Indrasari, Meithiana. (2019). *"Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan"*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kiki S., (2019) *"Sistem Bakar Uang Startup Sesuatu Yang Sangat Wajar"*. <https://money.kompas.com/read/2019/12/04/084240526/rhenald-kasali-sistem-bakar-uang-startup-sesuatu-yang-sangat-wajar> diakses 10 Mei 2022
- Meilinda, E., & Susanty, E. D. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Psikologis Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Sate Tepi Sawah. *Jurnal Bisnis Indonesia* , Vol 9: hal 92 - 95
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Rahmawati, C. R. (2021). Indikasi Predatory Pricing Yang Dilakukan Ovo Dengan Cara Burning Money. *Jurist-Diction*, 4(2), 585-598.
- Shopee Indonesia (2020) <http://shopee.co.id>. 17 Mei 2022
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: FKIP UHAMKA.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV ALFABETA.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tousalwa, C. (2017). Variabel Penentu Keputusan Pembelian Minyak Kayu Putih Cap MP di Kota Ambon. *Jurnal Nusamba*. Vol.2 Hal: 21-28
- Vania, I., & Simbolon, R. (2021). Pengaruh Promo ShopeeFood Terhadap Minat Beli Pengguna Shopee (Di Daerah Tangerang Selatan). *Jurnal Ekonomis*, 14(2b)
- Wardani, P. A. K., Reinaldy, F. R., & Tyas, I. P. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keputusan Pembelian Makanan Dengan Menggunakan Jasa ShopeeFood. *Literasi: Jurnal Kajian Keislaman Multi-Perspektif*, 2(1), 163-192.
- Wibowo, & Priansa. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Yulianti, Y., Srisusilawati, P., & Nurrachmi, I. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Syariah terhadap Bakar Uang pada Perusahaan E-Commerce (Studi Kasus Aplikasi Shopee). *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 505-508
- Yusup, F., (2018). Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah : Jurnal Ilmiah Kependidikan* 7(1), 17–23.