

DAFTAR PUSTAKA

- Arda, M., & Andriany, D. (2019). *Analisis Faktor Stimuli Pemasaran Dalam Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Generasi Z. Jurnal Intekna*, 19(2), 115–120.
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, D. (2019). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee . *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 8 (2), 55-66,2019, 1–11.
- Astuti, R., & Dewi, A. P. (2019). The Influence Of Consumer Reviews Prices And Online On Product Purchase Decisions In Fashion Category In Shopee (Case Study Of Faculty Of Economics And Business, University Of Muhammadiyah Sumatera Utara). *Journal Of International Conference Proceedings (JICP)*, 2(1), 1–10
- Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse The Effect Of Promotion And Product Quality On The Purchase Decision Of Converse Brand Shoes. *Jurnal Akmami (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)*, 2(2), 204– 219
- Erlina, & Mulyani, S. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis (Untuk Akuntansi Dan Manajemen)* (Cetakan 1). Medan
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2020). *Principles Of Marketing Eighth Europe An Edition*. In Pearson Education Ltd (17th Editi). Www.Pearson.Com/Uk
- Diyatma, A. J. (2017). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro & Bar The Influence

- Of Product Promotion Through Social Media Instagram Towards Purchasing Decision In Saka Bistro & Bar. Universitas Telkom, 4(1), 175–179.
- Jamaludin, Achmad, Et Al. (2015). Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop Di Kota Malang). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol.21, No. 1.
- Eko Putra (2021).,Pengaruh Promosi Melalui Sosial Media Dan Review Produk Pada Marketplace Shopee Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Stie Pasaman). Vol.8, No. 3.
- Noky Ananda Haniscara, Saino (2021).,Pengaruh Online Customer Review Dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Marketplace Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening: Studi Pada Generasi Muda Surabaya. Vol. 5, No.1.
- Yuni Siti Nuraeni1, Dkk 2021 .,The Effect Of Online Customer Review, Quality Product, And Promotion On Purchasing Decision Through ShopeeMarketplace (A Case Study Of Ubsi College Student) Vol. 9 No. 4,
- Astuti, R., & Febriaty, H. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pasara Modern: Studi Kasus Pada Indomaret Di Kecamatan Medan Denai Kota Medan. Jurnal Riset Sains Manajemen, 1(1),35–42. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1039299>
- Kotler & Keller.,2009., *Mansjajemen pemasaran., Jilid I .* ,Edisi kke 13.. Penerbit Irlangga ., Jakarta.
- Rangkuti. Freddy., 2009., *Strategi promosi yang krreatif dan analisis kasus Integrated Marketing Communication .*, PT. Gramedia Putaka Utama Jakarata.