

DAFTAR PUSTAKA

- Adiba, Rara. Dkk. Analisis Konsumtif Produk Fashion pada Mahasiswa UNNES sebagai Dampak Perkembangan Online Shop. *Jurnal Potensial*, 2(2), 2023.
- Agustina, A. Y. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Whitening Ms Glow (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kediri Angkatan 2020)* (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).
- Alam, Wira Yudha. Dkk. (2021). *Manajemen Bisnis*. Yogyakarta : Jejak Pustaka.
- Amanah, D. (2010). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada majestyk bakery & cake shop cabang HM Yamin Medan. *Jurnal keuangan & bisnis*, 2(1), 71-87.
- Andrian. dkk. (2022). *Perilaku Konsumen*. Malang: Penerbit Rena Cipta Mandiri.
- Brahim, M. N. (2021). *Product Kreatif dan Kewirausahaan Akuntansi dan Keuangan Lembaga*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Cahyaningrum, I. M. (2019). *Cara Mudah Mnemahami Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Dharma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Bogor: Guepedia.
- Djaali. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta Timur: PT Bumi Aksara.
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148-159.
- Firdaus. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Analisis Regresi IBM SPSS Statistics Version 26.0*. Riau: DOTPLUS Publisher.

- Ghanimata, F., & Kamal, M. (2012). Analisis pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 1(4), 13-22.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69-72.
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Methode*. Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan.
- <https://careers.shopee.co.id/about> Diakses pada tanggal 14 Juli 2023 pukul 11.22 WIB
- <https://money.kompas.com/read/2021/10/08/145757126/persaingan-e-commerce-ketat-shopee-unggul-dalam-jumlah-kunjungan-pelanggan?page=all> Diakses pada tanggal 6 Februari 2023 pukul 19.20
- Ishomuddin. (2016). *Pembangunan Sosial dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asen*. Pamekasan: Duta Media Publishing.
- Jenahara & Miranda, R. (2014). *Fashion Friendship*. Jakarta Selatan: Qultum Media
- Kuntjojo. (2009). *Metodologi Penelitian*. Kediri: Universitas NUsantara PGRI Kediri.
- Kurohman, F. D., & Riva'i, A. R. (2022). Pengaruh Motivasi Hedonis dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif pada Marketplace Shopee. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(2), 465-473.
- Mohr, Jakki. dkk. (2010). *Marketing of High-Technology Products and Innovations*. Amerika Serikat: Hamilton Printing Co.
- Munandar, D. (2022). *Digital Marketing*. Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN).
- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). In *Prosiding Seminar Nasional Unimus* (Vol. 3).

- Nisfiannoor, M. (2009). *Pendekatan Statistika Modern untuk Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humaika.
- Permana, D. W. (2022). *Dampak Peemasaran Sosial Media dan Citra Merek Terhadap Niat Beli*. Malang: Pustaka Peradaban.
- Purnomo, R. A. (2017). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Ponorogo: CV. Wade Group.
- Puspitaningsih, A. W. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pantiya Buku.
- Rahman, A. (2010). *Strategi Dahsyat Marketing Mix For Small Business : Cara Jitu Merontokkan Pesaing*. Jakarta Selatan: Transmedia.
- Rahmi, A., & Yogya, M. A. (2015). Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dikalangan Mahasiswa. *Valuta*, 1(1), 149-172.
- Rangga, Y. T. (2020). *Minat dan Keputusan Pembelian: Tinjauan Melalui Persepsi Harga dan Kualitas produk (Konsep dan Studi Kasus)*. Jawa Barat: Adanu Abimata.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sholikah. dkk (2002). *Manajemen Pemasaran : Saat Ini dan Masa Depan*. Cirebon: Penerbit Insania.
- Siyoto, S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumber data dari kantor Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Di peroleh tanggal 8 Februari 2023 pukul 11.30 WIB.

Suryani, Tatik. Dkk. (2019). *E-marketing Bagi UMKM : Strategi Periklanan, Website & Media Sosial*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.

Wijaya, Andy. dkk. (2022). *The Art Of Digital Marketing : Strategi Pemasaran Generasi Milenial*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia

www.febi.iainkediri.ac.id Diakses pada tanggal 08 Juli 2023 pukul 12.19 WIB

