

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK JINISO DI
*SHOPEE***

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana (S-1) Manajemen**



Oleh :

Adina Pamela Emilia Bastomi

202010160311075

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2024

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK JINISO DI SHOPEE

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Adina Pamela Emilia Bastomi

NIM : 202010160311075

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 30 November 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : Drs. Noor Azis, M.M.

Pembimbing II : Immanuel Mu'ammal, S.E., M.M.

Penguji I : Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.

Penguji II : Viajeng Purnama Putri, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,

Prof. Dr. H. Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK JINISO DI SHOPEE

Oleh :

Adina Pamela Emilia Bastomi

202010160311075

Diterima dan disetujui
pada tanggal 30 November 2024

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Drs. Noor Azis, M.M.

Immanuel Mu'ammal, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,

Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.



LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK JINISO DI
SHOPEE

Oleh:

Adina Pamela Emilia Bastomi

202010160311075

Malang,

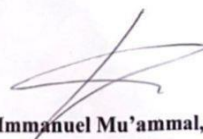
Telah disetujui oleh:

Pembimbing 1



Noor Aziz, Drs. M.M

Pembimbing 2



Immanuel Mu'ammal,
S.E., MM

PERSYARATAN ORISINALITAS

PERSYARATAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Adina Pamela Emilia Bastomi
NIM : 202010160311075
Program Studi : Manajemen
Surel : pamelaemilia75@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penjiplakan (plagiarism) dari hasil karya orang lain.
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan / sumber acuan, dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka, sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang



Adina Pamela Emilia Bastomi

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PRODUCT QUALITY, AND
PROMOTIONS ON DECISIONS TO PURCHASE JINISO PRODUCTS ON
SHOPEE

Adina Pamela Emilia Bastomi^{*1}, Noor Aziz², Immanuel Mu'ammal³
Management Department, University of Muhammadiyah Malang, Indonesia
Corresponding Email : pamelaemilia75@gmail.com

ABSTRACT

This research was conducted to determine and analyze the influence of service quality, product quality and promotion on purchasing decisions. This approach uses quantitative methods. This data collection technique uses a questionnaire. The sample in this research were students from the Faculty of Economics and Business at the University of Muhammadiyah Malang who had purchased Jiniso products at Shopee. Respondents totaled 108 consumers. The data analysis method used is a range of scales with the results of Service Quality, Product Quality, and Promotion in the supporting category, and regression analysis assisted with SPSS 25 software. The results of the research found that the results of Service Quality, Product Quality, and Promotion partially have a significant effect on decisions. Purchase.

Keywords: *Service Quality, Product Quality, Promotion, Purchasing Decisions*

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK JINISO DI *SHOPEE*

Adina Pamela Emilia Bastomi^{*1}, Noor Aziz², Immanuel Mu'ammal³

Ptogram Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis,

Universitas Muhammadiyah Malang

Email : pamelaemilia75@gmail.com

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian. Pendekatan ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data ini menggunakan kuesioner. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Malang yang pernah membeli produk Jiniso di *shopee*. Responden berjumlah 108 Konsumen. Metode analisis data yang di gunakan yaitu rentang skala dengan hasil Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Promosi berkategori mendukung, dan analisis regresi dibantu dengan software SPSS 25. Hasil penelitian menemukan bahwa hasil Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian

Kata kunci: Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi, Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Rasa puji syukur yang teramat mendalam saya ucapkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas kasih, hidayah, rahmat dan taufiq-Nya, sehingga skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jiniso di Shopee”**, dapat terselesaikan sesuai dengan waktu yang tidak sesuai dengan rencana awal.

Teriring do'a dan sholawat, senantiasa melimpah ke baginda Nabi Muhammad S.A.W., Rasul akhir zaman, penutup para Nabi yang membawa kesempurnaan ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti. Semoga tumpahan do'a sholawat menetes kepada segenap keluarga dan sahabatnya, para syuhada', para mushonnifin, para ulama' dan seluruh umatnya, yang dengan tulus ikhlas mencintai dan menjunjung sunnahnya.

Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ucapan syukur, dalam kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh perkuliahan di Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Prof. Dr. Hj. Idah Zuhroh M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan kesempatan untuk menyusun skripsi.
3. Dr. Nurul Asfiah M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan persetujuan dalam penelitian.

4. Noor Aziz, Drs. M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dengan sabar dalam melakukan bimbingan tugas akhir skripsi ini.
5. Immanuel Mu'ammal, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dengan sabar dalam melakukan bimbingan tugas akhir skripsi ini.
6. Dicky Wisnu Usdek Riyanto, Phd., selaku Dosen Wali Manajemen B tahun angkatan 2020 yang telah memberikan arahan dan motivasi selama saya berstudi dan menjadi mahasiswa di Universitas Muhammdiyah Malang.
7. Seluruh bapak dan ibu Dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan arahan dan wawasan selama pembelajaran di Universitas Muhammadiyah Malang.
8. Terimakasih yang sebesar-besarnya kepada ibunda tercinta Lilik Nur Zakiyah, terimakasih atas kerja kerasnya untuk pendidikan saya dan tak pernah lepas dari do'a dalam setiap sujudnya, ridho, dukungan dan juga pengorbanan baik secara moral maupun materil sehingga saya bisa menyelesaikan studi dengan baik. Dan juga untuk ayahanda tercinta Bagus Bastomi, yang selalu memberikan semangat dan bekerja keras untuk pendidikan saya semoga lekas sembuh supaya bisa hadir di wisuda saya.
9. Terimakasih kepada kakak saya tersayang Kak Dina, yang memberikan saya arahan, semangat, motivasi dan do'a. juga kepada seluruh keluarga saya, yang ikut serta dalam memberikan dukungan dan do'a.

10. Terimakasih kepada sahabat saya yang sangat suportif Ka Al, Kurbel, Diyah yang selalu memberi dorongan, dukungan, dan aksinya untuk saya segera menyelesaikan skripsi ini.
11. Terimakasih kepada Teman sekaligus sahabat saya Rista, Ayis, Adel, Agil, Salsa, Tia, Avrel, Azmi Yang telah memberikan warna untuk kehidupan saya di perantauan. Semoga hubungan kita tidak mengenal istilah habis dimasanya.
12. Tidak lupa saya berterimakasih kepada diri saya sendiri yang telah kooperatif berjuang selama ini tidak menyerah, terimakasih karena sudah berpikir positif ketika keadaan sedang tidak berpihak dan terimakasih kepada diri sendiri yang tetap bisa bertahan dari godaan joki skripsi yang luar biasa hebatnya diluar sana. Terimakasih selalu semangat dan membuktikan bahwa saya bisa mengandalkan diri sendiri walau akhirnya penyelesaian skripsi ini sedikit melesat tidak diwaktu yang saya harapkan.

Hanya ungkapan terimakasih dan do'a tulus yang dapat saya persembahkan. Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangan, saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik yang konstruktif dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk menyempurnakan karya-karya saya selanjutnya. Terimakasih

Malang,

Adina Pamela Emilia Bastomi

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR PUSTAKA	xiv
BAB I PENDAHULUAN	23
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Model Empiris	23
2.4 Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Jenis Penelitian	26
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	26
3.3 Sumber Data	27
3.4 Tehnik Pengumpulan Data	27
3.5 Definisi Operasional Variabel dan Indikator.....	28
3.6 Tehnik Pengukuran Data.....	29
3.7 Uji Instrumen Data.....	30
3.8 Tehnik Analisis Data.....	33
3.9 Pengujian Hipotesis.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Profil Perusahaan	37
4.2 Hasil Penelitian	38
4.3 Hasil Analisis Data	47
4.4 Pembahasan	55
KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran	59
LAMPIRAN	62

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1. Kunjungan Situs <i>E-Commerce</i> Terbesar di Indonesia (Kuartal I-III 2023)	1
Tabel 1.2. Pra Kuesioner	8
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel	29
Tabel 3.2. Skala Likert	30
Tabel 3.3. Rentang Skala	34
Tabel 4.1. Karakteristik Responden	38
Tabel 4.2. Variabel Keputusan Pembelian (Y)	40
Tabel 4.3. Kualitas Layanan (X1)	41
Tabel 4.4. Variabel Kualitas Produk (X2)	43
Tabel 4.5. Variabel Promosi (X3)	45
Tabel 4.6. Uji Validitas (rhitung dengan rtabel)	47
Tabel 4.7. Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.8. Hasil Uji Normalitas	49
Tabel 4.9. Uji Multikolinieritas	50
Tabel 4.10. Hasil Uji Heteroskedastisitas	51
Tabel 4.11. Regresi Linier Berganda	52
Tabel 4.12. Uji Hipotesis	54

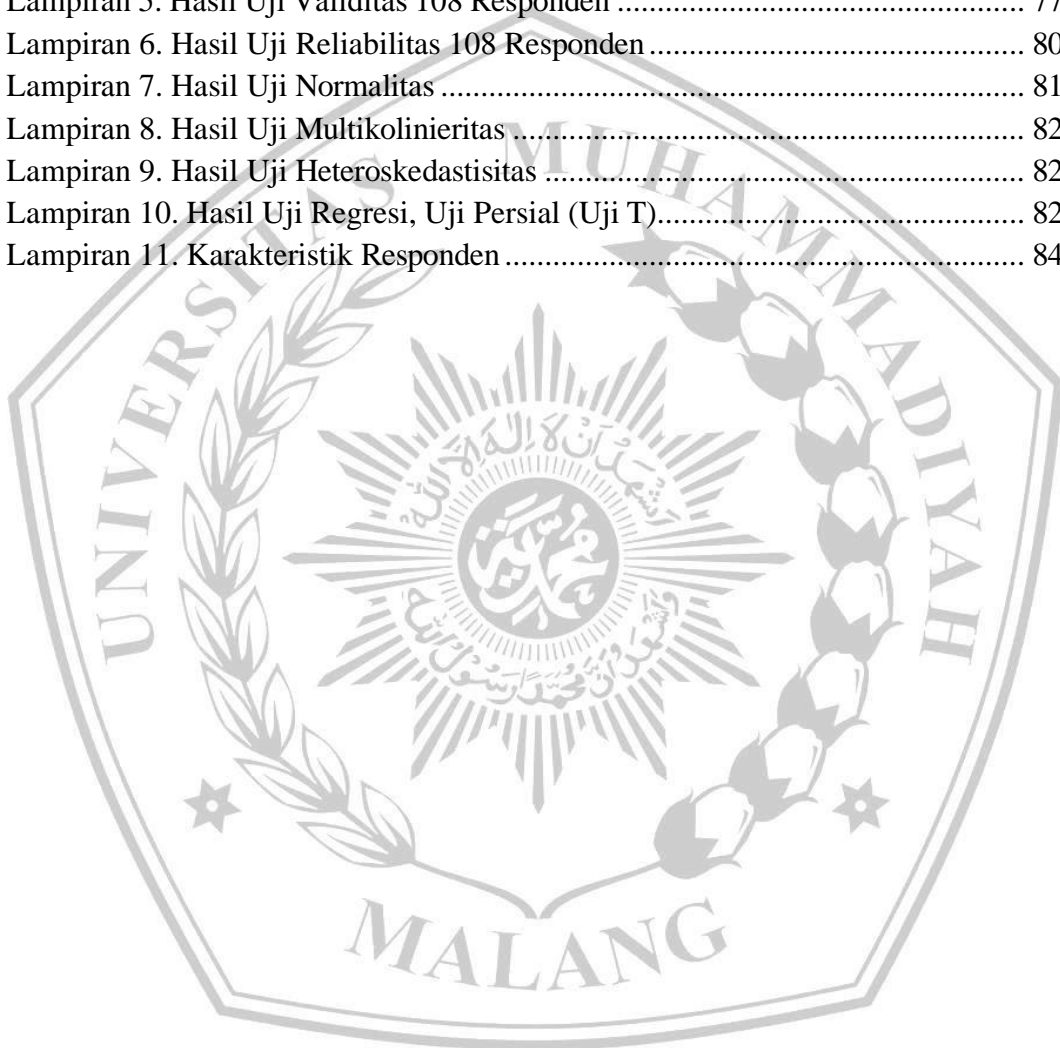
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. E-Commerce Shopee Jiniso.....	6
Gambar 1.2. Produk Jiniso	7
Gambar 2.1. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Jiniso di Shopee	24
Gambar 4.1 Scatter Plot.....	50
Gambar 4.2. Hasil Uji Heteroskedasitas.....	51




DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner	66
Lampiran 2. Pra Kuesioner	69
Lampiran 3. Hasil Distribusi 108 Jawaban Responden	71
Lampiran 4. Frekuensi Table.....	73
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas 108 Responden	77
Lampiran 6. Hasil Uji Reliabilitas 108 Responden	80
Lampiran 7. Hasil Uji Normalitas	81
Lampiran 8. Hasil Uji Multikolinieritas	82
Lampiran 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas	82
Lampiran 10. Hasil Uji Regresi, Uji Parsial (Uji T).....	82
Lampiran 11. Karakteristik Responden	84



Ekonomi Umm

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK JINI...

 Adina Pamela Emilia Batomi
 MANAJEMEN PERIODE IV TAHUN 2024
 University of Muhammadiyah Malang

Document Details

Submission ID

trnoid::1:3086040455

Submission Date

Nov 20, 2024, 10:26 AM GMT+7

Download Date

Jan 8, 2025, 9:22 AM GMT+7

File Name

JAMANIKA_EMIL.docx

File Size

313.8 KB

11 Pages

2,993 Words

19,186 Characters

13% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

- 13%  Internet sources
- 5%  Publications
- 7%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags




0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Top Sources

- 13%  Internet sources
- 5%  Publications
- 7%  Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Internet	
	jurnal.uwp.ac.id	4%
2	Student papers	
	University of Muhammadiyah Malang	4%
3	Internet	
	ejournal.umm.ac.id	3%
4	Internet	
	digilibadmin.unismuh.ac.id	2%

DAFTAR PUSTAKA

- Abderahman, K. F. (2020). *Pengaruh Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Grab-Food Indonesia (Studi pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Kota Malang yang Menggunakan Aplikasi Grab-Food)* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Aditya, H. F., & Gunaningrat, R. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Kemudahan Penggunaan dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian di *Shopee*. *Global Leadership Organizational Research in Management*, 2(1), 189-200.
- Adyanto, B. C., & Santosa, S. B. (2018). Pengaruh kualitas layanan, brand image, harga dan kepercayaan produk terhadap keputusan pembelian (studi layanan e-commerce Berrybenka. com). *Diponegoro Journal of Management*, 7(1), 10-29.
- Alamsyah, I.E., *Kota Malang Catat Transaksi E-Purchasing Tertinggi se-Jawa Timur*. Diakses 2 Juli 2024 dari <https://news.republika.co.id/berita/s2om69349/kota-malang-catat-transaksi-epurchasing-tertinggi-sejawa-timur>.
- Apriani, S. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kain Songket Palembang Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening pada Konsumen Kain Songket Pipit Songket Palembang. UIN Raden Fatah Palembang.
- Ayatusifa, S. S., Orinaldi, M., & Agusriandi, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace *Shopee*: Studi Pada Masyarakat Kecamatan Alam Barajo Kota Jambi. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 1(3), 138-155.
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2017). Metode Penelitian Untuk Bisnis. *Jakarta Selatan: Salemba Empat*, 94.
- Damanik, H. M., Purba, M. L., & Samosir, H. E. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Produk Pakaian (Studi Kasus Pada *Shopee*). *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 5(3), 106-111.
- Devi, L. K. I. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada marketplace *Shopee*. *Jurnal SI Manajemen*, 114.

- Dwijantoro, R., Dwi, B., & Syarief, N. (2022). Pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian marketplace *shopee*. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 63-76.
- Faradila, S. M., Kusnadi, E., & Soeliha, S. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Shopee* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo Dengan Minat Beli Produk Fashion Muslim Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(2), 256-271.
- Ferdinand, A. (2014). Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi tesis dan disertasi ilmu manajemen.
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Pada PT. XL AXIATA Tbk. Dan PT. INDOSAT Tbk". *Jurnal EMBA*, 63.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS. Edisi 7. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Iqbal, 2001. Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferentif). Edisi kedua. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hulu, E., Mendrofa, Y., & Kakisina, S. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Indomarco Adi Prima Cabang Medan Stok Point Nias Kota Gunungsitoli. *Jurnal Ilmiah Simantek*, 6(4), 106-115.
- Husein, Umar. 2010. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Igir, F. G., Tampi, J. R. E., & Taroreh, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(002).
- Kotler Phillip. (2021). manajemen pemasaran. CV Budi Utama, Jakarta.
- Kotler, P. (2002). Manajemen Pemasaran Edisi Milenium. *Jakarta: Prenhallindo*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing (17th ed.). United Kingdom: Pearson Education Limited.w
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. In Pearson (15e Ed.). Pearson Education Limited.

- Kotler, P., Keller, K. L., Koshy, A., & Jha, M. (2013). *Marketing management: a South Asian perspectives*. Pearson.
- Kotler, Philip & Gary, A. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga. Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearso.
- Lestari, D. P., & Widjanarko, W. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan E-Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Jiniso. Id Di Marketplace *Shopee*. *Jurnal Economina*, 2(3), 753-765.
- Listia, R. V., ERNESTIVITA, G., & SUHARDI, S. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Generasi Z)* (Doctoral dissertation, Universitas Nusantara PGRI Kediri).
- Meilani, A., & Sugiarti, D. (2022). Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2501-2510.
- Napitupulu, R. B., br Sirait, C., & Zega, Y. (2022). Pengaruh iklan dan promosi penjualan *shopee* terhadap keputusan pembelian mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Darma Agung Medan. *Jurnal Global Manajemen*, 11(1), 40-51.
- Othaviani, S., & Sibarani, H. J. (2021). Analisis pengaruh citra merek produk, kualitas produk, dan harga diskon terhadap keputusan pembelian produk minuman kopi pada pengguna aplikasi grab food di kota medan. *Scientific Journal of ReflectioN: Economic, Accounting, Management and Business*, 4(3), 521-528.
- Puspitasari, D. M., & Herdian, R. (2023). Pengaruh kualitas produk, diskon harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 5(6), 2723-2730.
- Ramadhan, I. C., & Anggraeni, T. C. (2022). Pengaruh promosi, keamanan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan *shopee*. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(01), 01-11.
- Razali, G., Andamisari, D., & Saputra, J. (2022). Pengaruh Promosi Diskon Dan Gratis Ongkir *Shopee* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Citizen: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(3), 482-491.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). SPSS vs LISREL: sebuah pengantar, aplikasi untuk riset. *Jakarta: salemba empat*, 5(2), 23-34.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. john wiley & sons.

- Setiadi, N. J., & SE, M. (2015). *Perilaku Konsumen: edisi revisi*. Kencana.
- Siahaan, S. D. N., & Putriku, A. E. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 2(2), 31-35.
- Sunardi, P. N., Sari, P. R., & Cahyani, R. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Kualitas Produk Dan Harga (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 302-315.
- Swastha, B. (2000). *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty.
- Syamsidar, R., & Soliha, E. (2019). Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Banaran 9 Coffee And Tea Di Gemawang, Kabupaten Semarang). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 26(2).
- Tjiptono dan Chandra, 2005. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima* : Yogyakarta : Penerbit C. V. Andi Offset edisi II
- Tjiptono, Fandy. 2014 *Pemasaran Jasa*. Gramedia Cawang. Jakarta
- Tjiptono, Fandy 2010. *Manajemen Jasa Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ulfa, R. (2021). Variabel penelitian dalam penelitian pendidikan. *Al-Fathonah*, 1(1), 342-351.
- Unonongo, W., Warouw, D., & Tulung, L. (2015). Fungsi promosi dalam meningkatkan daya beli gadget Samsung di Kota Manado. *Acta Diurna Komunikasi*, 4(5).
- Widiani, N. L. M., Indiani, N. L. P., & Wahyuni, N. M. (2019). Pengaruh citra merek dan kualitas informasi terhadap minat konsumen berbelanja kembali di Zalora. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 127-136.
- Widyana, S. F., & Naufal, A. D. (2018). Analisis Kualitas Operasional Produksi (Survei Terhadap PT Aerofood Indonesia). *Pro Mark*, 8(2).
- Yani, M. I., & Sugiyanto, S. (2022). Pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, citra merek dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Edwin Jeans Indonesia pada e-commerce *Shopee*. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 443-472.
- Yuliana, Y., Lisa, L., Nancy, N., Chandra, W., & Aigan, W. (2019, February). Analisis Penerapan Promosi Pada PT. Adam Dani Lestari Medan. In *Seminar Nasional Teknologi Komputer & Sains (SAINTEKS)*, 1(1).

Yulianto, A. Y., & Prabowo, R. E. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di TikTok Shop (Studi Pada Pelanggan TikTok Shop di Kota Semarang). *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 7(1), 972-982.

