

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, C. (2018). *Bab 3 Metodologi Penelitian*. Retrieved from <http://repository.unpas.ac.id/32885/4/BAB%20III%20revisi.pdf>
- Aditia, A. (2019). *Pengaruh Self Esteem dan Kemandirian Belajar Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi*. Retrieved from http://repositori.unsil.ac.id/613/6/10_Bab_III_baru3%5B1%5D%20MICROSOP%20NINDI.pdf
- al, G. T. (2019). *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian PT. Shopee International Indonesia di Kota Manado*. Retrieved from file:///D:/25129-51480-1-SM.pdf
- al, N. I. (2016). *The Impact Of Social Media as a Marketing Tool on Purchasing Decisions*. Retrieved from https://scholar.google.co.id/scholar?start=40&q=+the+effectiveness+of+online+promotions+for+purchasing+decisions&hl=en&as_sdt=0,5&as_vis=1#d=gs_qabs&u=%23p%3DiLIAFrsc-4J
- Alamsyah, K. (2016). *Bab 3 Metodologi Penelitian*. Retrieved from http://digilib.uinsgd.ac.id/3640/6/6_bab3.pdf
- Amin, R. (2015). *Bab 3 Metodologi Penelitian*. Retrieved from http://etheses.uin-malang.ac.id/1689/7/11510043_Bab_3.pdf
- Ampanglo, F. (2017). *Bab 2 Landasan Teori*. Retrieved from <http://e-journal.uajy.ac.id/11383/3/2EM19690.pdf>
- Askara, O. (2019). *Pengaruh Promosi Melalui Media Social Twitter Pada Online Shop Shopee @Shopeeid Terhadap Keputusan Pembelian*. Retrieved from file:///D:/6689-16306-1-PB.pdf
- Atikah, P. (2018). *Bab 3 Metodologi Penelitian*. Retrieved from <http://eprints.ums.ac.id/62471/5/05%20BAB%20III.pdf>

- Carolina, A. (2017). *Bab 3 Metodologi Penelitian*. Retrieved from <http://repository.unika.ac.id/14719/4/12.60.0192%20Fransisca%20Anita%20Carolina%20BAB%20III.pdf>
- Constantinides, I. H. (2016). *Impact Of Online Products Reviews On Purchasing Desicions*. Retrieved from https://scholar.google.co.id/scholar?start=40&q=+the+effectiveness+of+online+promotions+for+purchasing+decisions&hl=en&as_sdt=0,5&as_vis=1#d=gs_qabs&u=%23p%3DiLIAFrsc-4J
- Deshinta, H. (2020). *Efektifitas Promosi online Pada E-Commerce di Indonesia*. Retrieved from <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/11523/11390>
- Fitria, E. S. (2018). *Analisis Faktor Kondisi Ekonomi, Tingkat Pendidikan dan Kemampuan Berwirausaha Terhadap Kinerja Usaha Bagi Pengusaha Pindang di Desa Cukanggenteng*. Retrieved from file:///D:/1732-61-4252-2-10-20190111.pdf
- Fitriasshinta, D. (2018). *Bab 3 Metode Penelitian*. Retrieved from http://repositori.unsil.ac.id/613/6/10_Bab_III_baru3%5B1%5D%20MICROSOP%20NINDI.pdf
- Fitriasshinta, D. (2018). *Bab 3 Metode Penelitian*. Retrieved from <https://dspace.uc.ac.id/bitstream/handle/123456789/1637/BAB%20III.pdf?sequence=13&isAllowed=y>
- Ham, T. G. (2014). *Pengukuran Efektivitas Media Promosi Dengan Pendekatan EPIC Model*. Retrieved from <http://repository.unpas.ac.id/32844/4/5%29%20BAB%20II.pdf>
- Hamidi, M. R. (2017). *Efektivitas Promosi Online Dalam Pengambilan Keputusan Oleh Konsumen*. Retrieved from file:///D:/621-1083-1-SM%20(2).pdf
- Hestanto. (2018). *Keputusan Pembelian*. Retrieved from <https://www.hestanto.web.id/keputusan-pembelian/>
- Hilalludin, T. (2019). *Bab 3 Metode Penelitian*. Retrieved from <http://repositori.unsil.ac.id/1071/7/12%20BAB%20III.pdf>

- Kania, D. (2018). *Efektivitas Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Transportasi Online Grab di Bandung*. Retrieved from <http://www.ejournal.poltektedc.ac.id/index.php/tedc/article/view/153/268>
- Komara, P. (2019). *Bab 3 Metode Penelitian*. Retrieved from https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/1980/9/UNIKOM_AZMIPUTRIKOMARA_11.BAB%20III.pdf
- lesatari, T. (2015). *Bab 3 Metodologi Penelitian*. Retrieved from http://etheses.uin-malang.ac.id/1560/7/11520066_Bab_3.pdf
- Marisa, I. (2017). *Bab 3 Metodologi Penelitian*. Retrieved from <http://repository.unpas.ac.id/32624/5/BAB%20III.pdf>
- Mazuanda, D. (2018). *Periklanan dan Citra Merek Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha*. Retrieved from <http://repository.unpas.ac.id/32844/4/5%29%20BAB%20II.pdf>
- Mufidah, C. (2015). *Bab 3 Metodologi Penelitian*. Retrieved from http://etheses.uin-malang.ac.id/1482/8/11410039_Bab_3.pdf
- Nazar, S. (2019). *Bab 3 Metodologi Penelitian*. Retrieved from <http://repository.unpas.ac.id/41556/6/BAB%20III.pdf>
- Normayanti, J. (2021). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online di Marketplace Shopee Dengan SIA Sebagai Variabel Moderatim*. Retrieved from <file:///D:/6.pdf>
- Novita, R. (2018). *Komparasi Efektifitas Iklan Dengan Media Televisi Kartu Seluler "Axis" dan Kartu Seluler "As" Pada Siswa SMA Negeri 1 Jetis Ponorogo*. Retrieved from <http://eprints.umpo.ac.id/4119/3/BAB%20II.pdf>
- Prastowo, G. A. (2018). *Pengaruh Implementasi Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. MITRA PARIWARA GRAMED Malang*. Retrieved from <http://etheses.uin-malang.ac.id/13296/>

- Rifa'i. (2017). *Efektivitas Promosi Online Dalam Pengambilan Keputusan Oleh Konsumen*. Retrieved from <https://jurnal.unitri.ac.id/index.php/Optima/article/view/621/612>
- Rizal, S. (2020). *Bab 2 Landasan Teori*. Retrieved from <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/901/05.2%20bab%202.pdf?sequence=8&isAllowed=yhttps://www.taupasar.com/2020/06/pemasaran-online-definisi-jenis-jenis.html>
- Sa'adah, I. K. (2019). *Pengaruh Promosi Online Terhadap Pembelian Paket Umrah di PT. PRADANA GRASINDO TOUR & TRAVEL Cabang Gresik*. Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/286196275.pdf>
- Satryawan, E. (2016). *Studi Komperatif Prestasi Belajar Mahasiswa antara Penerima Beasiswa Dengan Tidak Penerima Beasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis*. Retrieved from <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/viewFile/7683/5235>
- Shiddiq, W. (2019). *Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia dan Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kualitas Keuangan Daerah*. Retrieved from https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/1988/9/UNIKOM_21115193_FEBY%20WULAN DARI%20SHIDDIQ_11.BAB%20III.pdf
- Singh, V. (2016). *The Effectiveness of Online Advertising and Its Impact on Consumer Buying Behavior*. Retrieved from https://scholar.google.co.id/scholar?start=40&q=+the+effectiveness+of+online+promotions+for+purchasing+decisions&hl=en&as_sdt=0,5&as_vis=1#d=gs_qabs&u=%23p%3DiLIAFrsc-4J
- Ummah, D. L. (2018). *Rancangan Bangun E-Commerce Pada Toko Kerudung Nuri Collection Berbasis Customer Relationship Management*. Retrieved from https://journal.uniku.ac.id/index.php/ilkom/article/view/1350unikom_w-i.pdf
- Yasar, M. (2015). *Bab 3 Metodologi Penelitian*. Retrieved from <http://eprints.umg.ac.id/1760/4/BAB%20III.pdf>