

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2018). Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa. *Bandung: Alfabeta*.
- Amelia, A., & Rizka, R. (2022). Pengaruh promosi digital terhadap loyalitas pelanggan Shopee dalam pembelian smartphone Samsung. *Jakarta: Penerbit Cerdas Mandiri*.
- Firmansyah, A. (2019). Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan dalam industri ritel. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 15(2), 145–158.
- Griffin, R. W. (2012). Fundamentals of management (7th ed.). *South-Western Cengage Learning*.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). Multivariate data analysis (7th ed.). *Pearson Prentice Hall*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Manajemen pemasaran (Edisi 13). *Jakarta: Erlangga*.
- Kuncoro, M. (2013). Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi (Edisi 4). *Jakarta: Erlangga*.
- Lestari, A., & Dina, R. (2019). Pengaruh harga dan pelayanan terhadap loyalitas konsumen e-commerce (Studi pada produk smartphone di Jakarta). *Jakarta: Penerbit Cerdas Mandiri*.
- Lucy, M., Hartono, A., & Wijaya, D. (2022). Strategic promotion and consumer purchase decisions in digital marketplaces. *Journal of Marketing Perspectives*, 10(2), 45–60.
- Mahendra, A. (2019). Strategi penetapan harga dalam pemasaran modern. *Jakarta: Penerbit Andalas*.
- Maulida, N., & Sarah, S. (2018). Pengaruh promosi dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan produk gadget di marketplace online. *(Skripsi Sarjana, Universitas Gadjah Mada)*.
- Nugroho, A., & Aji, R. F. (2020). Efektivitas iklan dan promosi online terhadap

- loyalitas konsumen di e-commerce Tokopedia. (*Skripsi Sarjana, Universitas Gadjah Mada*).
- Prameswari, N. A. (2020). Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk makanan ringan di Kota Bandung. *Jakarta: Universitas Indonesia*.
- Putra, A. H. (2022). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk makanan ringan lokal. *Jakarta: Penerbit Ekonomi Nusantara*.
- Rahayu, S., & Fitri, N. (2021). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Shopee (Studi pada produk handphone Samsung). *Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media*.
- Riyono, B., & Budiharja, I. R. (2016). Strategi penetapan harga: Teori dan praktik. *Yogyakarta: CV Andi Offset*.
- Safri, M., & Putri, A. Y. (2019). Strategi promosi dalam meningkatkan minat beli konsumen. *Jakarta: Pustaka Media Press*.
- Saputra, R., & Iwan, S. (2020). Analisis pengaruh harga dan persepsi nilai terhadap loyalitas konsumen produk elektronik di marketplace Tokopedia. *Jakarta: Penerbit Cerdas Mandiri*.
- Sari, D. N., Putri, R. A., & Hidayat, M. A. (2024). Pengaruh promosi digital terhadap keputusan pembelian konsumen di platform e-commerce. *Jurnal Manajemen Pemasaran Indonesia*, 15(1), 45–56.
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. *Bandung: Alfabeta*.
- Suriani, S., Ramli, R., & Anwar, A. (2023). Pengaruh populasi terhadap pembangunan berkelanjutan di Indonesia. *Jurnal Kependudukan dan Pembangunan*, 15(2), 123–135.
- Syahputra, H. (2019). Strategi promosi dalam pemasaran modern. *Jakarta: Penerbit Cerdas Mandiri*.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi pemasaran (Edisi 4). *Yogyakarta: Andi*.
- Triwahyudi. (2021). Manajemen harga: Teori dan praktik dalam pemasaran modern. *Jakarta: Prenadamedia Group*.
- Warnadi, & Aristriyono. (2019). Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian

konsumen. *Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.*

Yusuf, M. (2017). Metode penelitian: Kuantitatif, kualitatif, dan penelitian gabungan. *Kencana.*