

REFERENSI

- Abdurahman, H. N. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung : CV. Pustaka Setia.
- Afifyah, S. (2020, Mei 4). *Arti Lambang Burung Hantu dan Keranjang Tokopedia*. Retrieved Desember 20, 2020, from tagar.id: <https://www.tagar.id/arti-lambang-burung-hantu-dan-keranjang-tokopedia>
- Alma , B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Andalas. (2008). *Awal mula bisnis konveksi di Indonesia*.
- Christian, F. (2019). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian di Kopi- Q Bandung .
- Darmanto, T. B. (2017). Pengaruh bauran promosi terhadap proses keputusan pembelian pada warunk Upnormal Bandung.
- Djumena, E. (2020, Oktober 6). *Dampak Pandemi Covid-19, Pemerintah Akui Daya Beli Masyarakat Melemah*. Retrieved November 29, 2020, from Kompas.com: <https://money.kompas.com/read/2020/10/06/050800026/dampak-pandemi-covid-19-pemerintah-akui-daya-beli-masyarakat-melemah>
- Franedy, R. (2020, Agustus 24). *Tokopedia Tergeser! Ini Dia Jawara e-Commerce Indonesia*. Retrieved Desember 13, 2020, from cnbcindonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200824073330-37-181385/tokopedia-tergeser-ini-dia-jawara-e-commerce-indonesia>
- Ghozali , I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8* . Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryanto, A. T. (2020, Februari 20). *Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia*. Dipetik Februari 3, 2021, dari detik.com:

<https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>

- Hidayatullah, M. N. (2020). Arthavidya Jurnal Ilmiah Ekonomi Maret2020| 101PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU AS(Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga). *Arthavidya Jurnal Ilmiah Ekonomi* .
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Khotimah, G., & Oktafani, F. (2017). Pengaruh Bauran Promosi terhadap keputusan pembelian Dunkin' Donuts Bandung. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. New Jersey : Global Edition. Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principle of marketing (global edition)* (17 ed.). New Jersey: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kumparan. (2018, Desember 13). *Rangkaian Investasi yang Diterima Tokopedia dari 2009 hingga 2018*. Retrieved Desember 12, 2020, from kumparan.com: <https://kumparan.com/kumparantech/rangkaian-investasi-yang-diterima-tokopedia-dari-2009-hingga-2018-1544669941534032824>
- Kurniawan , A. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis: Teori, Konsep,dan praktik penelitian bisnis*. Bandung: Alfabeta .

- Kurniawan, Y. B. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Konveksi FIFA Kota Kediri. *Jurnal Universitas Nusantara Kediri*, 2.
- Laksono, L. A. (2018). Pengaruh Bauran Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian Jasa foto Prewedding dan wedding OKEII PHOTOGRAPHY di Kota Bandung.
- Lamere, & Maximus, S. (2017). Pengaruh harga, lokasi, produk, dan promosi terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi .
- Laoli, N. (2020, Juli 30). *nasional.kontan.co.id*. Retrieved Oktober 2020, from UMKM memiliki peran strategis menopang kebangkitan ekonomi di tengah pandemi Covid-19: <https://nasional.kontan.co.id/news/umkm-memiliki-peran-strategis-menopang-kebangkitan-ekonomi-di-tengah-pandemi-covid-19>
- Laudon, C. K., & Traver. (2017). *E-Commerce 2014* (10 ed.). New York: Pearson.
- Lemma, N. T. (2018). The Effect Of Promotion Mix On Consumer Purchase Decision: The Case Of Ethiopia Telecommunication Addis Ababa. *SCHOOL OF GRADUATE STUDIES*.
- Lontoh, M. N. (2016). Analisis pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota pada PT.HASJRAT ABADI MANADO CABANG TENDEAN. *Jurnal berkala ilmiah efisiensi*.
- Martha, R. E., Evanita, S., & Patricia, D. (2019). The Influence of Promotion Mix towards Purchasing Decision of Indihome product in Telkom Region of Padang City. *Advances in Economics, Business and Management Research*.
- Mynhart, D., Wahab, Z., Daud, I., & Widad, A. (2019). Pengaruh bauran promosi terhadap keputusan Pembelian mobil toyota avanza pada Auto 2000 cabang palembang. *PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA AVANZA PADA AUTO 2000*.
- Natakusumah, F. A. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan.

- Natipulu, P. A. (2016). Pengaruh Bauran promosi PT. Telkom Bandung Timur terhadap proses keputusan pembelian produk indihome .
- Nugraha, W. W. (2019). Pengaruh Bauran Promosi terhadap proses keputusan pembelian Grabfood di Jabodetabek .
- Oktari, R., Wahab, Z., & Widiyanti, M. (2020). The Effect of Promotion Mix on Consumer Decisions using Grab-Food in Palembang. *ISSN: 2394 – 0913*.
- Pakisha, T., & Wulandari, A. (2016). Pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian pada kedai kandang Bandung. *Prosiding SNaPP2016 Sosial, Ekonomi, dan Humaniora*.
- Panzy Syaparilwadi, d. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Konveksi Fazry. *Jurnal Universitas Telkom, 2*.
- Parlina, L. (2016). Pengaruh Bauran Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian pada Kedai Es Krim Lick Over Lips (LOL) Bandung.
- Patton, M. Q. (2006). *Metode Evaluasi Kualitatif (terjemah)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Rachmatunnisa. (2020, Januari 25). *Survei: Tokopedia dan Shopee Adu Kuat Mendominasi*. Retrieved Desember 15, 2020, from inet.detik.com: <https://inet.detik.com/business/d-4872404/survei-tokopedia-dan-shopee-adu-kuat-mendominasi>
- Ramadhan, B. (2020, Februari 13). *Ini Data Pengguna Internet di Seluruh Dunia Tahun 2020*. Dipetik November 20, 2020, dari teknoia.com: <https://teknoia.com/data-pengguna-internet-dunia-ac03abc7476>
- Rantung, F. (2020, September 1). *Mendag Ungkap E-Commerce Solusi Tingkatkan Perdagangan di Era Covid-19*. Retrieved Desember 1, 2020, from economy.okezone:

<https://economy.okezone.com/read/2020/09/01/320/2271041/mendag-ungkap-e-commerce-solusi-tingkatkan-perdagangan-di-era-covid-19>

Rizqi, A. N. (2019, Januari 15). *semarang.bisnis.com*. Retrieved Oktober 2020, from Tekstil Kuasai 43 Persen Ekspor Jawa Tengah 2018: <https://semarang.bisnis.com/read/20190115/536/878779/tekstil-kuasai-43-persen-ekspor-jawa-tengah-2018>

Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies*. Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia : CV SAH MEDIA.

Santoso, A., Subagyo, H., & Arifin, M. (2019). Effect of Promotion Mix on Insurance Product Purchase Decisions Zurich Kediri; Indonesia. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*.

Sari, I. T., Hermina, T., & Susilawati, W. (2020). The Influence of Promotion Mix on Consumer Buying Decision:. *Advances in Economics, Business and Management Research*,.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Method For Business: A Skill- Building Approach 17th Edition* . Chichester: Wiley.

Setiawan, B. (2015). . *Teknik Praktis Analisis Data Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: Andi.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitaitaf dan Kombinasi (Mixed)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif , Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* . Bandung: CV Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sujarweni, W. V. (2015). *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Supriyanto, B. (2020, Juli 3). *https://ekonomi.bisnis.com/read/20200703/12/1261274/survei-snapcart-shopee-paling-diingat-tokopedia-disukai-laki-laki*. Retrieved Desember 1, 2020, from ekonomi.bisnis: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200703/12/1261274/survei-snapcart-shopee-paling-diingat-tokopedia-disukai-laki-laki>
- Talenta, I. (2020). *E-commerce : Pengertian, Jenis e commerce, dan Keuntungannya*. Retrieved November 20, 2020, from talenta.co: <https://www.talenta.co/blog/insight-talenta/e-commerce/>
- Thidi. (2020). *Tokopedia Dibentuk Dengan Konsep Manfaat Pada Jual Beli Online*. Retrieved Desember 7, 2020, from thidiweb: <https://thidiweb.com/sejarah-tokopedia/>
- Tokopedia. (2020). *Kisah Kami* . Retrieved Desember 20, 2020, from Tokopedia: <https://www.tokopedia.com/about/our-story#nakama-section>
- Tulus Haryono, d. (2016). Akselerasi Bisnis Konveksi Batik Melalui Manajemen Industri. *Jurnal UNS*, 3.
- Waseso, R. (2020, Agustus 30). *nasional.kontan.co.id*. Retrieved Oktober 2020, from Penjualan meningkat 26% sejak pandemi, UMKM didorong masuk pasar e-commerce: <https://nasional.kontan.co.id/news/penjualan-meningkat-26-sejak-pandemi-umkm-didorong-masuk-pasar-e-commerce>
- Wulandari, M. (2018). Pengaruh shopping Lifestyle,Discount dan fashion involvement terhadap impulsive buying pengunjung transmart carrefour buah batu bandung.
- Yanuar, M. M., Qomariah, N., & Santoso, B. (2017). DAMPAK KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* .
- Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan* (4 ed.). Jakarta: Prenada Media.