

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ONLINE SHOP
CALLATHRIF NGANJUK**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)
Pada Program Studi Manajemen



OLEH :

DINA OLIVIA NUR ERLISA

NPM: 19.1.02.02.0119

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2023**

Skripsi oleh:

DINA OLIVIA NUR ERLISA

NPM: 19.1.02.02.0119

Judul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ONLINE SHOP
CALLATHRIF NGANJUK**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal: 07 Juli 2023

Pembimbing I



Ismayantika Dyah P., M.B.A.
NIDN. 0706108902

Pembimbing II



Dyah Ayu Paramitha, M.Ak.
NIDN : 0728068702

Skripsi oleh:

DINA OLIVIA NUR ERLISA
NPM: 19.1.02.02.0119

Judul:

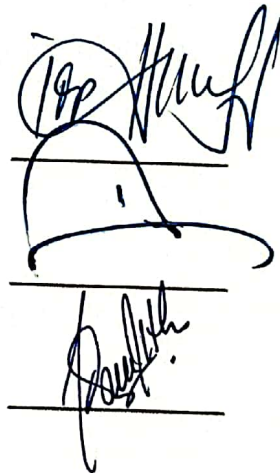
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ONLINE SHOP
CALLATHRIF NGANJUK**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri
Pada tanggal: 21 Juli 2023

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Ismayantika Dyah P., M.B.A.
2. Penguji I : Dr. Subagyo, M.M.
3. Penguji II : Dyah Ayu Paramitha, M.Ak.



Mengetahui,
Dekan FEB,

Dr. Subagyo, M.M
NIDN/0717066601

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Dina Olivia Nur Ertisa
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/tgl. lahir : Nganjuk/ 09 Desember 2000
NPM : 19.1.02.02.0119
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri,
Yang Menyatakan


Dina O
NPM. 19.1.02.02.0119



Motto:

“Akan selalu ada jalan menuju sebuah kesuksesan bagi siapapun, selama orang tersebut mau berusaha dan bekerja keras untuk memaksimalkan kemampuan yang ia miliki.” – Bambang Pamungkas

Kupersembahkan karya ini buat:

- Diri sendiri.
- Ayah dan Ibu.
- Serta seluruh keluarga dan sahabat terbaik.
- Almamater UN PGRI Kediri.
- Dosen pembimbingku Bu Ismayantika Dyah Puspasari dan Bu Dyah Ayu Paramitha yang sangat membantu dan membimbingku selama mengerjakan skripsi ini.
- Terimakasih untuk tempat penelitian skripsi ini Callathrift Nganjuk.

ABSTRAK

Dina Olivia Nur Erlisa: Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Callathrif Nganjuk, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2023.

Kata kunci: keputusan pembelian, kualitas pelayanan, harga, promosi

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya masyarakat yang minat terhadap pakaian bekas. Dalam melaksanakan aktivitas penjualan, setiap pemilik toko harus dapat merancang strategi pemasaran yang diarahkan untuk mencapai tujuan toko dalam menciptakan dan meningkatkan pembelian konsumen terhadap produk tersebut. Peneliti menemukan beberapa hal menarik untuk diteliti, seperti promosi yang ditawarkan kurang meluas dan juga kurang menarik sehingga membuat para calon konsumen banyak yang tidak mengetahui produk yang dijual. Harga yang kurang sebanding dengan kualitas produk, dan kualitas pelayanan yang diberikan belum menunjukkan antusias masyarakat untuk tertarik membeli produk di Callathrif.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun simultan di online shop callathrift Nganjuk. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode kausalitas. Populasi pada penelitian ini adalah semua konsumen Callathrift yang jumlahnya tidak diketahui. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 40 konsumen. Teknik sampel menggunakan *sampling accidental*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang kebetulan/accidental bertemu dengan peneliti dan dianggap cocok menjadi sumber data yang akan menjadi sampel penelitian ini. Sampel dalam penelitian ini adalah orang yang pernah melakukan transaksi di Callathrif Nganjuk.

Kesimpulan hasil dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas pelayanan, harga, dan promosi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian di Online Shop Callathrift Nganjuk.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kami panjatkan kehadirat Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Callathrif Nganjuk” ini ditulis guna memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M.Pd. selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memeberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
2. Dr. Subagyo, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Restin Meilina, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Ismayantika Dyah P., M.B.A. Selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Dyah Ayu Paramitha, M.Ak. Selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini
6. Segenap Dosen dan Karyawan Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri atas segala dedikasinya selama ini.

7. Kedua orang tua penulis yang senantiasa memberikan do'a dan dukungan, baik dukungan moral atau material bagi penulis.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan masukan, kritik, dan saran-saran, dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Kediri,

DINA OLIVIA NUR ERLISA

NPM: 19.1.02.02.0119

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Pembatasan Masalah	4
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penelitian	5
F. Manfaat Penelitian	6
BAB II : KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS	7
A. Kajian Teori	7
1. Keputusan Pembelian	7
2. Kualitas Pelayanan	9
3. Harga	11
4. Promosi	13
B. Penelitian Terdahulu	15
C. Kerangka Berpikir	17
D. Kerangka Konseptual	19
E. Hipotesis	20
BAB III : METODE PENELITIAN	21
A. Variabel Penelitian	21
1. Identifikasi Variabel Penelitian	21
2. Definisi Operasional Variabel Penelitian	21
B. Pendekatan dan Teknik Penelitian	22
1. Pendekatan Penelitian	22
2. Teknik Penelitian	22
C. Tempat dan Waktu Penelitian	23
1. Tempat Penelitian	23
2. Waktu Penelitian	23
D. Populasi dan Sampel	23
1. Populasi	23
2. Sampel	24

E. Instrumen Penelitian.....	25
1. Pengembangan Instrumen	25
2. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	29
F. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	30
1. Sumber Data.....	30
2. Teknik Pengumpulan Data.....	31
G. Teknik Analisis Data.....	31
1. Teknik Analisis Deskriptif	31
2. Uji Asumsi Klasik.....	32
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	34
4. Koefisien Determinasi.....	34
5. Uji Hipotesis	35
 BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	 38
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian	38
1. Sejarah Callathrift	38
2. Lokasi Callathrift	38
3. Visi dan Misi.....	39
B. Analisis Data	39
1. Analisis Deskriptif	39
2. Uji Asumsi Klasik.....	48
3. Analisis Regresi Linier Berganda	51
4. Koefisien Determinasi (R^2).....	53
5. Uji Hipotesis	53
C. Pembahasan.....	55
 BAB V : SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN.....	 60
A. Simpulan.....	60
B. Implikasi.....	60
C. Saran.....	61
 DAFTAR PUSTAKA	 64
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	21
Tabel 3. 2 Kisi-kisi Kuesioner	25
Tabel 3. 3 Nilai Skala Responden	29
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas.....	29
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas	30
Tabel 4. 1 Data Jenis Kelamin Responden.....	40
Tabel 4. 2 Data Usia Responden	40
Tabel 4. 3 Deskripsi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian.....	41
Tabel 4. 4 Deskripsi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan	43
Tabel 4. 5 Deskripsi Frekuensi Variabel Harga	45
Tabel 4. 6 Deskripsi Frekuensi Variabel Promosi	47
Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinieritas	50
Tabel 4. 8 Hasil Uji Autokorelasi	51
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi	53
Tabel 4. 11 Hasil Uji t.....	53
Tabel 4. 12 Hasil Uji F	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	19
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas.....	49
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	67
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas	72
Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas	76
Lampiran 4 Hasil Uji Normalitas	77
Lampiran 5 Hasil Uji Multikolinieritas.....	78
Lampiran 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	79
Lampiran 7 Hasil Uji Autokorelasi	80
Lampiran 8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	81
Lampiran 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	82
Lampiran 10 Hasil Uji t.....	83
Lampiran 11 Hasil Uji F	84
Lampiran 12 Surat Ijin Penelitian	85
Lampiran 13 Surat Keterangan Penelitian	85
Lampiran 14 Berita Acara Kemajuan Skripsi	86

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan *Online shop* Indonesia semakin hari berkembang semakin pesat, *Online shop* dimana - mana dan menawarkan beberapa komoditi perdagangan. *Online shop* ini bukan hanya menggunakan marketplace seperti shopee, tokopedia, lazada, dsb. Tetapi juga menggunakan web *Online shop* dengan domain dan hosting berbayar namun juga banyak yang menggunakan fasilitas sosial media seperti facebook, twitter, blog gratis seperti blogger dan multiply, juga domain hosting gratis seperti domain dan masih banyak lagi lainnya.

Semakin berkembangnya bisnis di zaman sekarang, banyak ide untuk mengembangkan bisnis melalui *online shop* karna mudahnya berbelanja tanpa harus keluar rumah. Callathrift merupakan toko yang menjual berbagai macam pakaian bekas dari luar negeri maupun dalam negeri secara online. Minat seseorang terhadap gaya hidup juga tidak terlepas dari trend fashion yang sedang berkembang. Fashion adalah gaya berpakaian dan dandanan yang sedang populer dan mengikuti zaman. Barang bekas saat ini mulai diminati oleh sebagian masyarakat khususnya pakaian bekas atau *second* oleh sebagian masyarakat kalangan anak muda. Hal ini tentu saja erat kaitannya dengan gaya hidup modern yang selalu mengejar *prestige* dan faktor *range* harga yang lebih terjangkau. Karena membeli pakaian bekas adalah trend yang semakin

digemari. Kepopuleran pakaian bekas semakin laris karena dianggap sebagian orang memiliki mode yang bagus dan dianggap sebagai orang unik, sesuai dengan *trend fashion* saat ini yang mengarah kepada *fashion* yang cenderung *retro* atau *vintage*. Dalam melaksanakan aktivitas penjualan, setiap pemilik toko harus dapat merancang strategi pemasaran yang diarahkan untuk mencapai tujuan toko dalam menciptakan dan meningkatkan pembelian konsumen terhadap produk tersebut.

Keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people*, *process* (Alma, 2019). Sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk, seorang konsumen pada dasarnya melakukan proses pengambilan keputusan terlebih dahulu. Proses pengambilan keputusan yang rumit sering melibatkan beberapa keputusan. Keputusan ini melibatkan pilihan antara dua atau lebih alternatif. Keputusan pembelian konsumen adalah tahap dimana konsumen membentuk niat untuk membeli produk yang paling disukai. Banyak hal yang dapat menentukan keputusan pembelian konsumen, seperti kualitas pelayanan, harga, dan promosi.

Kualitas pelayanan merupakan keseluruhan ciri serta sifat dari suatu pelayanan yang berpengaruh terhadap kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler & Keller, 2021). Dengan memberikan kualitas pelayanan yang prima dapat menciptakan kepercayaan pelanggan dan keunggulan kompetitif sehingga dapat menimbulkan niat pelanggan untuk membeli kembali. Pada penelitian Fatimah & Nurtantiono

(2022) mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Selain kualitas pelayanan, harga juga dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa (Kotler & Keller, 2021). Banyak konsumen yang menginginkan harga terjangkau dengan kualitas produk yang sesuai dengan kebutuhannya, calon konsumen akan membandingkan harga dari tempat satu dengan yang lain, jika harga tersebut cocok dengan kualitas produknya maka konsumen akan memutuskan untuk membeli produk tersebut. Pada penelitian Syahputra & Yoestini (2022) mengatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah promosi. Menurut Kotler & Keller (2021) promosi adalah cara komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan kepada konsumen atau pasar yang dituju, dengan tujuan menyampaikan informasi mengenai produk/perusahaan agar mereka mau membeli. Dengan adanya promosi, penjualan juga akan meningkat dikarenakan calon konsumen bisa mendapatkan informasi lengkap seputar produk yang akan dibeli, juga diskon yang diberikan oleh penjual. Pada penelitian Veronika & Hernawan (2022) mengatakan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Callathrif saya gunakan sebagai tempat penelitian karena saya menemukan beberapa hal menarik yang dapat saya teliti, seperti promosi yang

ditawarkan kurang menarik. Harga yang kurang sebanding dengan kualitas produk, dan kualitas pelayanan yang diberikan belum menunjukkan antusias masyarakat untuk tertarik membeli produk di Callathrif.

Berdasarkan fenomena yang terjadi diatas, maka peneliti tertarik untuk membuat penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Callathrif Nganjuk”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Promosi yang ditawarkan kurang menarik.
2. Harga yang kurang sebanding dengan kualitas produk.
3. Kualitas pelayanan melalui online shop yang dijual di shopee, instagram, dan tiktok belum menunjukkan antusias masyarakat untuk tertarik membeli produk tersebut.

C. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus, sempurna dan juga baik maka peneliti harus mengetahui permasalahan penelitian yang diangkat sebagai berikut:

1. Kajian pengaruh kualitas pelayanan (X1), harga (X2) dan promosi (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) .

2. Penelitian ini dilakukan di Callathrift Nganjuk tahun 2023.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas didapatkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di online shop Callathrift Nganjuk?
2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di online shop Callathrift Nganjuk?
3. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di online shop Callathrift Nganjuk?
4. Apakah kualitas pelayanan, harga, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di online shop Callathrift Nganjuk?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas maka tujuan penelitiannya sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di online shop Callathrift Nganjuk.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di online shop Callathrift Nganjuk.
3. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di online shop Callathrift Nganjuk.

4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian di online shop Callathrift Nganjuk.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu manfaat dan kontribusi sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

Dengan dilakukannya penelitian di Callathrift Nganjuk, diharapkan dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan dan strategi untuk kemajuan Callathrift Nganjuk di masa yang akan datang.

2. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan bisa menjadi tambahan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama duduk di bangku perkuliahan dan mampu menerapkan ketika sudah lulus nantinya dan berhadapan di dunia lapangan kerja. Bagi pembaca, untuk menambah informasi dan sumbangan pemikiran serta kajian dalam penelitian. Bagi pemilik perusahaan, sebagai bahan masukan pada Callathrift Nganjuk dan memberikan masukan dalam kualitas pelayanan, harga dan cara mempromosikan produknya agar dapat menarik konsumen serta berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di online shop Callathrift Nganjuk.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2019). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Banowati, A. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shopee Di Bandar Lampung. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2).
- Fatimah, H. N., & Nurtantiono, A. (2022). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Aplikasi Shopee). *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(1), 106–113.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program (IBM. SPSS)* (8th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, F. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yayasan Kita Menulis.
- Jonathan, A. (2022). Pengaruh Brand Image, Promosi, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Traveloka. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 2(1).
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, & Amstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing* (7th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Maryati, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 1(1).
- Purnama, L. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Online Gojek Di Kota Tangerang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(1).
- Simamora, H. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Gramedia.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Syahputra, A. M. F., & Yoestini, Y. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Tokopedia Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*.
- Thompson, A. A. (2016). *Crafting and executing strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings*. New York: McGraw-Hill Education.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Yogyakarta: ANDI.
- Veronika, A., & Hernawan, E. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Online Grabfood. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2).
- Zulkifli, A. (2021). *Manajemen Sistem Informasi*. Jakarta: Gramedia.