

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Asari, Donal Nababan, A. P. O. A., Jiarti Kusbandiyah, Nana Citrawati Lestari, Lesi Hertati, M., Baiq Fina Farlina, Aditya Pandowo, M. L. P., & Zulkarnaini, A. N. A. A. (2023). *Dasar Penelitian Kuantitatif* (Y. D. Kistanto (ed.)). Penerbit Lakeisha.
- Andini, N. F., Nurzainul, H., Ratnanto, S., Nusantara, U., Kediri, P., Ahmad, J. K. H., No, D., Kediri, K., & Timur, J. (2024). *PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING , BRAND IMAGE DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA MC DONALDS KOTA*. 3, 1017–1025.
- Apriliani, H. N., & Setyawati, H. A. (2023). *Pengaruh Electronic Word of Mouth , Brand Image , dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Produk Moisturizer Skintific (Studi pada Masyarakat Kabupaten Kebumen)*. 5(3), 247–258. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v5i3.448>
- Arianto. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Aripin, Z. (2021). *Marketing Management* (H. A. Susanto (ed.)). Deepublish.
- Ayuningtyas, E., Santoso, B., & Winahyu, P. (2023). Analisis Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Diversifikasi Produk, Harga, dan Kepuasan Pelanggan (Studi Empiris Loyalitas Pelanggan Pada Mie Apong Sampurna Gebang Jember). *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(1), 99. <https://doi.org/10.36841/jme.v2i1.2644>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Jombang. (2024). PRODUK DOMESTIK REGIONAL BRUTO KABUPATEN JOMBANG MENURUT OENGGELOARAN 2019-2023 VOLUME 10. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484>
SISTEM PEMBETUNGAN TERPUSAT STRATEGI MELESTARI
- Clara Claudia Sidabalok, S. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Outfitbycimo*. 9(25), 209–226. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10420874>
- Dewi, A. S., & Habiburahman, N. (2023). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Eleven March Store Kota Padang*. 2, 1135–1142. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i5.543>

- Dwi Hadya Jayani. (2019). *Pengguna dan Tingkat Penetrasi E-Commerce di Indonesia 2017-2023*. Databooks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/be57ed78ccc44e2/tren-pengguna-e-commerce-2017-2023>
- Dwitama, Y., Syofian, S., & Safrianti, S. (2024). Pengaruh Penilaian Produk, Gratis Ongkos Kirim, dan Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pria di E-Commerce Shopee di Kota Bengkulu. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*, 5(1), 107–116. <https://doi.org/10.51805/jmbk.v5i1.193>
- Falentina, S., Istiasih, H., & Damayanti, S. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Bakso Pak Ndut Kediri*. 3, 1008–1016.
- Fitriana, R., & Chadhiq, U. (2022). Pengaruh E-Commerce dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening. *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17(1), 86–96. <https://doi.org/10.31942/akses.v17i1.6514>
- Ghorbani, A., Ayanso, A., Yuan, S., & Mengesha, N. (2025). *Association for Information Systems AIS Electronic Library (AISel) The Impact of Artificial Intelligence on Online Retail Performance : An Empirical Investigation Examining the Performance Impacts of Artificial Intelligence (AI) in Online Retailing : . August*.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakimah, E. N. (2025). *Competitive advantage of food truck enterprises in Kediri : A Phenomenological study*. 1(1), 23–36.
- Hakimah, E. N., Aliami, S., & Muslih, B. (2022). The Netnographic Portrait: Competitive Advantages of Msme’S Retail Business Via “Wag” During Covid-19 Pandemic. ... *Conference of Business* ..., 782–791. <https://ojsicobuss.stiesia.ac.id/index.php/icobuss1st/article/view/239>
- Halim, V., Butar-butur, M., Susanto, J., Adhitya, S., Cutiara, J., & Gultom, R. (2024). Pengaruh Penetapan Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Tuahta Maju Ersada. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 4287–4295. <https://journal.yrpiiku.com/index.php/msej/article/view/4696/2601>
- Hasim, A., & Solihin, D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada PT Laukita Bersama Indonesia. *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)*, 4(1), 232–246. <https://doi.org/10.32493/jism.v4i1.38277>

- Hawa, S. D. (2022). User Interface dan Social Media Marketing Sebagai Pendorong Keputusan Pembelian pada E-Commerce Tokopedia. *Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi Peradaban (JSITP)*, 3(2), 57–60. www.journal.peradaban.ac.id
- Idrus, S. Al. (2019). *KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN* (pp. 28–30).
- Ikhsan, M., Mubarak, G., Saripudin, U., & Nuzula, Z. F. (2024). Perbedaan Harga pada Toko Online dan Offline Perspektik Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. 39–44. <https://doi.org/10.29313/jres.v4i1.3669>
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12. <https://doi.org/10.31219/osf.io/v9j52>
- Kalakota, R., & Whiston, A. B. (1996). *Frontiers of Electronic Commerce*. Dorling Kindersley Publising Inc.
- Karnawati, T. A., & Santoso, R. (2023). Keputusan Pembelian Sepatu di FU Second Branded Malang yang dipengaruhi oleh Gaya Hidup, Harga dan Kualitas Produk. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 6(4), 480–487. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v6i4.292>
- Kementrian Perdagangan. (2024). *Perdagangan Digital (E-Commerce) Indonesia Periode 2023*. <https://satudata.kemendag.go.id/ringkasan/produk/perdagangan-digital-e-commerce-indonesia-periode-2023>
- Kementrian Perindustrian. (2024). *Industri Tekstil dan Pakaian Tumbuh Makin Positif*. <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8259/industri-tekstil-dan-pakaian-tumbuh-makin-positif?lang=1>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2019). *Priciple Of Marketing* (G. Edition (ed.); 14th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *MARKETING MANAGEMENT* (15th ed.). Pearson Education.
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF* (A. D. Nabila (ed.)). DEEPPUBLISH.
- Lailani, S. (2022). *Analisis Pendapatan dan Jumlah Penduduk terhadap Tingkat*

- Konsumsi di Provinsi Aceh.* 1(1), 31–37.
<https://doi.org/10.32734/ljisp.v1i1.8153>
- Loudon, K. C., & Traver, C. G. (2016). *E-commerce: Business, Technology, Society*. Pearson Education.
- Mahfudzoh, F., Zulistiani, & Damayanti, S. (2024). *Pengaruh Shopee Live , Gratis Ongkir Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri).* 3, 970–977.
- Noviana, M., & Santoso, B. (2024). Pengaruh Bonus Dapat Memotivasi Kerja CV. Auto Bearing Di Dalam Divisi Penjualan. *Bambang Santoso*, 2(2), 473–486.
<https://doi.org/10.61930/jurbisman.v2i2.624>
- Nur'aeni, Ainulyaqin, M., & Edy, S. (2024). *Dampak Fenomena E-Commerce Pada Tingkat Penjualan di Pasar Tradisional Ditinjau Dari Psikologi dan Ekonomi Islam.* 10(01), 270–284. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12146>
- Nurlela. (2021). *E-Commerce , Solusi di Tengah Pandemi COVID-19.* 4(1), 47–56.
<https://doi.org/10.29407/jse.v4i1.53>
- Pranata, N., Fauzi, R. U. A., & Setiawan, H. (2024). *pengaruh kualitas pelayanan promosi dan brand image terhadap keputusan pembelian.* September 2024.
- Pulungan, F. A., Saragih, L., Okto, E., & Damanik, P. (2023). *PENGARUH STORE ATMOSHPHERE DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KFC DI PEMATANG SIANTAR.* 5(1), 35–46.
<https://doi.org/10.36985/58gzqg69>
- Purba, S. D., Tarigan, J. W., Sinaga, M., & Tarigan, V. (2021). Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengolahan Regressi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Karya Abdi*, 5(2), 202–208.
<https://doi.org/10.22437/jkam.v5i2.15257>
- Putra, Y. R., & Jati, W. (2024). *Pengaruh Debt To Equity Ratio , Return On Equity Dan Total Asset Turnover Terhadap Nilai Perusahaan Pada PT Adhi Karya (Persero) Tbk Periode 2012-2022.* 2(4), 1164–1172.
<https://jurnal.portalpublikasi.id/index.php/JORAPI/article/view/1075>
- Putri, S. Y., Kusumaningtyas, D., & Damayanti, S. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Alen-Alen Mbak Sripit Melalui Business Model Canvas. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 8, 496–506.
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/3706>

- Putri, Y. A. (2023). *Keputusan Pembelian (Tinjauan Melalui Bauran Promosi)*. Penerbit Adab.
- Rahmadhani, N., Syadzwina, D., Saragih, L. S., Putriku, A. E., William, J., Ps, I. V, Baru, K., Percut, K., Tuan, S., & Serdang, K. D. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Shopee Nronlineshop_ Untuk Mengembangkan Bisnis Ke Pasar Internasional. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEKOMBIS)*, 3(3), 1–10. <https://doi.org/10.55606/jekombis.v3i2.3699>
- Rahmiaty, Meylina, & Rahman, F. (2022). *Instrumen Penelitian : Panduan Penelitian Di Bidang Pendidikan (Pertama)*. Jejak Pustaka.
- Santoso, H. D., Aliami, S., & Damayanti, S. (2024). Peran Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Wedding Organizer Liska Nganjuk. *Journal Of Humanities And Social Studies*, 2.
- Santoso, J. T. (2021). *E-Commerce Tinjauan Manajerial Dan Jejaring Sosial* (J. T. Santoso (ed.)). Yayasan Prima Agus Teknik.
- Santoso, R., Fuadah, A., Iryanto, R. K., & Aini, N. (2023). Pengaruh Ongkos Kirim dan Harga terhadap Perilaku Konsumen dalam Melakukan Pembelian Ulang pada Marketplace Shopee. 6(1), 257–268. <https://doi.org/10.29407/jse.v6i1.349>
- Sari, W. N. K., Istiasih, H., & Damayanti, S. (2024). Pengaruh Promosi Online , Ulasan Produk Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Madumongso Bu Binti Di Kabupaten Kediri. 2, 400–409.
- Sendywati, C., Maghfiroh, D., Wasilah, T. U., Wardani, A. K., & Zul, F. (2024). Analisis Dampak Ekonomi Digital Terhadap Sumber Pendapatan Pedagang Di Pasar Sudirman. 6(3), 153–160. <https://journalpedia.com/1/index.php/ime/article/view/2097>
- Shinta, C. P., & Hakimah, E. N. (2024). Persepsi Konsumen Gen Z Tentang Harga Kualitas Produk Dan Program Discount Pada Shopee Dan Tokopedia. *Simposium Manajemen Dan Bisnis III*, 3(2962–2050), 894–901. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/download/4780/3823>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (19th ed.). Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (A. Nuryanto (ed.); 5th ed.). Alfabeta.

- Tawakal, A. P., Anwari, F., Amarullah, A., & A'aliyah, R. (2024). *Profil Kepuasan Pasien terhadap Pelayanan Kefarmasian di Klinik Mabarro MWC NU Wringinanom*. 4(1), 1–13. <https://doi.org/10.54445/pharmademica.v4i1.50>
- Tjiptono. (2019). *Pemasaran Jasa*. Andi offsets.
- Tjiptono, F. (2020). *Perilaku Konsumen : Teori dan Aplikasi*. Andi offsets.
- Trisianto, D. (2024). *Belajar E-Commerce* (A. F. Luthfi (ed.); pp. 2–14). Penerbit Adab.
- Yesi S, R. (2020). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Giant Supermarket Di Cikarang. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(4), 578–585.