

DAFTAR PUSTAKA

- Alfirdausi, K., & Marpaung, N. N. (2022). Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee di Kabupaten Bekasi. *Parameter*, 7(1), 181–192. <https://doi.org/10.37751/parameter.v7i1.196>
- Ana Ramadhayanti. (2019). *Aplikasi SPSS untuk Penelitian dan Riset Pasar*.
- Arif Fakhrudin, M. V. R. & A. (2022). *Bauran Pemasaran*.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.867>
- Cholaniyah, E. H. F. (2015). Harga Diskon, Visual Merchandising, Customer Online Pembelian, Rating And Review Terhadap Keputusan Lamongan), (Studi Pada Marketplace Shopee Ngimba. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1(April).
- CNBC Indonesia. (2023). *Warga RI Habiskan Rp 851 T Buat Belanja Online, Beli Apa Aja?* <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230215145223-37-414052/warga-ri-habiskan-rp-851-t-buat-belanja-online-beli-apa-aja>
- Firdiya Amiyananda, Ramadhan Harahap, & Annisa Sanny. (2024). Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pada Marketplace Shopee. *EKONOMIKA45 : Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 11(2), 222–236. <https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v11i2.2439>
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>

- Handayani, V., & Rahayu, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Luxio. *Jurnal Sains Manajemen*, 3(2), 64–75. <https://doi.org/10.51977/jsm.v3i2.560>
- Hasan, M. H. (2021). *Diferensiasi Menurut Kotler*. 7(7), 48–60. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5652453>
- Heptariza, A., Prasiani, N. K., & Darmawan, A. J. (2023). *TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MARKETPLACE SHOPEE (Studi Kasus Pada Pengguna Marketplace Shopee di Kota*. 4(2), 97–111.
- Kusuma, B. A. P. N., & Putu Miartana, I. (2018). Jurnal Manajemen dan Bisnis. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 15(2), 100–119.
- Mulyana, S. (2021). Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee Di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 185–195. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v7i2.665>
- Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Alfamart di Kota Medan). *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia*, 1(November), 83–88.
- Novi Angga. (2023). *Manajemen Pemasaran*.
- Pasi, L. N. K., & Sudaryanto, B. (2021). Analisis Pengaruh Online Customer Reivews Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 10(3), 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran* (S. . dan W. H. M. Adi Maulana (ed.); ke-13). Pearson Education.
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(2), 150–160. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.473>
- Puspita, I. R., Fadillah, A., & Taqyudin, Y. (2022). Tinjauan Atas Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 2(1), 67–74.

<https://doi.org/10.37641/jabkes.v2i1.1358>

- Ramadani, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Handphone. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 1(2), 36–46. <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.540>
- Rini, P., Oktavianti, M., & Anugrah, A. (2024). *TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Bakso Urip Bandar Lampung). 08(01)*.
- Rizkiawan, R. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan pengalaman pembelian Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Online di Kalangan Masyarakat Sangatta (Studi Kasus Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ekonomi Sosial Dan Bisnis*, 16(1), 4. <https://doi.org/ISSN 0216-6437>.
- Rozi, I. A., & Khuzaini. (2021). Pengaruh Harga Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manaemen*, 10, 1–20.
- Salsa febriantari, D., Herman mulyono, L. edy, & Mujahid dakwah, M. (2023). Vol 2 No.3 Sept PENGARUH INFLUENCER MARKETING, APPLICATI^sON QUALITY DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KECEPATAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN GEN-Z MELALUI SHOPEE. *Jurnal Riset Pemasaran*, 2(3), 1–9. <https://doi.org/10.29303/jrp.v2i3.3273>
- Simanjuntak, Y. E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee (Studi Kasus Mahasiswa di Yogyakarta). *Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara*, 21(1), 1–9.
- Sugiyono, P. D. (2016). *METODE PENELITIAN MANAJEMEN* (S. H. M. Setiyawami (ed.)).
- Sugiyono, P. D. (2020). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF dan R & D* (M. Dr. Ir. Sutopo. S.pd (ed.); edisi kedu).
- Suratmiyati, S., & Anggoro, Y. (2020). Pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan

- pembelian produk jasa. *Management and Business Review*, 4(1), 52–59.
<https://doi.org/10.21067/mbr.v4i1.4629>
- UlaAzizah, S. H. (2019). Motivasi Belanja Fesyen Online : Perspektif Generasi Y Wanita. *10th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 1(2), 789–799.
- Ummah, M. S. (2019). Pemasaran&Kepuasan Pelanggan. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1).
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbe-co.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Viola, D., Mustafa, & Syamsuddin. (2024). The Influence of Service Quality on Purchase Decisions for Mixue Products in Makassar. *PINISI : Journal of Art, Humanity & Social Studies*, 4(1), 59–66.
<https://ojs.unm.ac.id/PJAHSS/article/viewFile/56524/25266>
- Wulandari, H. P., & Subandiyah, A. E. (2022). Pengaruh Ulasan Produk, Harga dan Pembayaran Non Tunai (Shopee paylater) terhadap Keputusan Pembelian pada Market Place Shopee di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 9(2), 80. <https://doi.org/10.54131/jbma.v9i2.138>