

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PENILAIAN PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Suatu Studi Konsumen Erfolg Clothing pada pengguna Shopee)

**DRAFT SKRIPSI**

untuk memenuhi salah satu syarat ujian  
guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh

Oleh,

**Ayu Pitriani**

**NIM. 3402180488**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH**

**2022**

## ABSTRAK

**Ayu Pitriani, NIM. 3402180488. “Pengaruh Kualitas Produk dan Penilaian Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi Konsumen Erfolg Clothing pada Pengguna Shopee)”. Dibawah bimbingan Dr. Nana Darna, S.E., M.M. (Pembimbing I) dan Kasman, Drs., M.M. (Pembimbing II).**

Penelitian ini difokuskan pada pengaruh kualitas produk dan penilaian produk terhadap keputusan pembelian (suatu studi Konsumen Erfolg Clothing pada Pengguna Shopee). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi (1) Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk *fashion* Erfolg Clothing pada pengguna Shopee. (2) Bagaimana pengaruh penilaian produk terhadap keputusan pembelian produk *fashion* Erfolg Clothing pada pengguna Shopee. (3) Bagaimana pengaruh kualitas produk dan penilaian terhadap keputusan pembelian produk *fashion* Erfolg Clothing pada pengguna Shopee. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk *fashion* Erfolg\_clothing pada pengguna Shopee. (2) Pengaruh penilaian produk terhadap keputusan pembelian produk *fashion* Erfolg\_clothing pada pengguna Shopee. (3) Pengaruh kualitas produk dan penilaian produk terhadap keputusan pembelian produk *fashion* Erfolg\_clothing pada pengguna Shopee.

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode penelitian survey dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan analisis koefisien korelasi sederhana, koefisien determinasi, uji t, analisis regresi linear berganda, analisis koefisien korelasi berganda, uji F.

Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa kualitas produk dan penilaian produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *fashion* Erfolg Clothing pada Pengguna Shopee dengan besarnya pengaruh 37,45% dan sisanya 62,55% dipengaruhi oleh faktor lain. Dari perhitungan analisis koefisien korelasi sederhana tingkat hubungannya sedang. Artinya semakin baik kualitas produk dan penilaian produk, maka semakin tinggi keputusan pembelian produk *fashion* Erfolg Clothing pada pengguna Shopee. Diharapkan toko Erfolg Clothing pada Shopee mempertahankan kualitas produk dan penilaian produk sehingga akan meningkatkan keputusan pembeliannya, namun demikian pihak pengelola toko perlu lebih meningkatkan keandalan, perbandingan dan tahap evaluasi alternatif guna meminimalisir kekecewaan konsumen dan melampiasakan ketidakpuasan melalui penilaian produk.

**Kata Kunci: Kualitas Produk Dan Penilaian produk, Dan Keputusan Pembelian**

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>11</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah ..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2.2 Rumusan Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3 Tujuan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4 Manfaat Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4.2 Manfaat Praktis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1 Kajian Pustaka .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1.1 Pengertian Manajemen	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1.2 Fungsi Manajemen .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1.3 Unsur- Unsur Manajemen .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1.4 Asas – Asas Manajemen.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1.5 Tingkatan Manajemen	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1.6 Bidang Manajemen.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

2.1.2.1	Definisi Pemasaran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.2	Definisi Manajemen Pemasaran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.3	Fungsi Manajemen Pemasaran ..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.4	Proses Pemasaran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.5	Konsep Pemasaran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3	Kualitas Produk.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3.1	Definisi produk.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3.2	Definisi Kualitas Produk .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3.3	Indikator Kualitas Produk.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4	Penilaian Produk .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4.1	Faktor-Faktor Penilaian Produk.	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4.2	Dimensi Penilaian Produk .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4.3	Indikator Penilaian Produk .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.5	Definisi Keputusan Pembelian.	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.5.1	Perilaku Keputusan Pembelian..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.5.2	Proses Keputusan Pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.5.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.6	Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2	Kerangka Pemikiran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3	Hipotesis Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1	Metode Penelitian yang digunakan...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2	Definisi dan Operasional Variabel....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.1	Definisi Variabel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

3.2.2	Operasional Variabel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.1	Populasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.2	Sampel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4.1	Sumber Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5	Teknik Analisis Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5.1.1	Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5.1.2	Analisis Pengaruh Penilaian Produk terhadap Keputusan pembelian ..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5.1.3	Analisis Pengaruh Kualitas produk dan Penilaian produk terhadap Keputusan pembelian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6	Tempat dan Waktu Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.1	Tempat Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.2	Waktu Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1	Hasil Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.1	Gambaran Umum Erfolg Clothing .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.2	Karakteristik Responden.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.3	Deskripsi Variabel yang Diteliti .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.3.1	Hasil Penelitian Mengenai Kualitas Produk pada Erfolg Clothing di Shopee .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.3.2	Hasil Penelitian Mengenai Penilaian Produk pada Toko Erfolg Clothing di Shopee .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

4.1.3.3 Hasil Penelitian Mengenai Keputusan Pembelian pada Toko Erfolg Clothing di Shopee	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Toko Erfolg Clothing	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.4.2 Pengaruh Penilaian Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Toko Erfolg Clothing Pengguna Shopee	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.4.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Penilaian Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Toko Erfolg Clothing	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2 Pembahasan	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.2 Pengaruh Penilaian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Erfolg Clothing	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Penilaian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Erfolg Clothing	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1 Simpulan	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2 Saran	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>12</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Keputusan Pembelian.....	
	<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
Tabel 1.2	Data Penjualan Produk Erfolg_Clothing Bulan Nov-Des 2020 sampai Jan-Des 2021.....	
	<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
Tabel 2.1	Penelitian yang Relevan.....	
	<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel .....	
	<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
Tabel 3.2	Penjualan Produk Fashion Erfolg_Clothing .....	53
Tabel 3.3	Pembobotan Nilai Jawaban.....	58
Tabel 3.4	Interpretasi Koefisien Korelasi dari Nilai r .....	61
Tabel 3.5	Interpretasi Koefisien Korelasi dari Nilai r .....	64
Tabel 3.6	Interpretasi Tingkat Keeratan Koefisien Korelasi .....	66
Tabel 3.7	Jadwal Kegiatan Penelitian .....	70
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	72
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	73
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	74
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	75
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan .....	75
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	76
Tabel 4.7	Interprestasi jawaban responden .....	77
Tabel 4.8	Pernyataan saya memilih produk Erfolg Clothing pada Shopee karena memiliki tampilan yang menarik.....	77
Tabel 4.9	Saya memilih produk Erfolg Clothing pada Shopee karena memiliki dengan segala gaya yang disukai orang banyak .....	78
Tabel 4.10	Saya memilih produk Erfolg Clothing pada Shopee karena mempunyai berbagai macam desain dan model yang menarik.....	79
Tabel 4.11	Saya membeli produk Erfolg Clothing pada Shopee karena motifnya yang menarik.....	79



Tabel 4.12	Saya merasa deskripsi produk Erfolg Clothing pada Shopee sesuai dengan kualitas yang ditawarkan .....	81
Tabel 4.13	Saya merasa tidak ada kecacatan produk Erfolg Clothing pada Shopee .....	82
Tabel 4.14	Saya merasa produk Erfolg Clothing pada Shopee dapat bertahan lama dan tidak mudah rusak.....	82
Tabel 4.15	Produk Erfolg Clothing pada Shopee memiliki jenis bahan yang berkualitas baik .....	83
Tabel 4.16	Produk Erfolg Clothing merupakan produk yang handal .....	84
Tabel 4.17	Pernyataan saya memilih produk Erfolg Clothing karena adem jika dipakai .....	84
Tabel 4.18	Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Kualitas Produk pada Konsumen Toko Erfolg Clothing di Shopee.....	85
Tabel 4.19	Klasifikasi Penilaian Kualitas Produk.....	87
Tabel 4.20	Saya Merasa Mendapatkan Manfaat dari Adanya Penilaian Produk Erfolg_Clothing pada Shopee.....	90
Tabel 4.21	Saya melihat penilaian produk ( <i>review</i> ) Sebelum Membeli Produk Erfolg_Clothing pada Shopee.....	90
Tabel 4.22	Saya Sering Melihat Penilaian Produk pada Shopee untuk Dijadikan Sumber Informasi .....	91
Tabel 4.23	Jumlah Penilaian Produk Mempengaruhi Saya dalam Pengambilan Keputusan Pembelian.....	92
Tabel 4.24	Penilaian Produk Membantu Saya dalam Membandingkan Produk yang Paling Sesuai dengan Kebutuhan .....	92
Tabel 4.25	Sebelum saya membeli produk Erfolg_Clothing di Shopee, saya Melihat Penilaian dan Kualitas Kemudian Membandingkannya dengan Penilaian Lain .....	92
Tabel 4.26	Penilaian Produk Shopee Membantu Saya Menyeleksi Produk yang dapat Dipercaya Kualitasnya.....	93
Tabel 4.27	Saya Merasa Nyaman Berbelanja Pada Toko Erfolg_Clothing di Shopee Dengan Jumlah Penilaian yang Banyak .....	94
Tabel 4.28	Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Penilaian Produk pada konsumen Toko Erfolg Clothing.....	95
Tabel 4.29	Klasifikasi Penilaian dari Penilaian Produk.....	97
Tabel 4.30	Kebutuhan Saya Terhadap Produk Erfolg Clothing Tinggi.....	98

Tabel 4.31	Melakukan Pembelian Erfolg Clothing Pada Shopee Karena Sesuai Dengan Kebutuhan Saya.....	99
Tabel 4.32	Mencari Produk yang Saya Inginkan Di Erfolg Clothing pada Shopee .....	99
Tabel 4.33	Melakukan Keputusan Pembelian Pada Produk Erfolg Clothing di Shopee Karena Informasi yang Ditampilkan Adalah Informasi Benar .....	100
Tabel 4.34	Informasi yang Didapatkan Melalui Dari Fitur Penilaian Konsumen.....	101
Tabel 4.35	Saya Selalu Mengevaluasi Berbagai Pilihan Produk Erfolg Clothing pada Shopee Sebelum Melakukan Keputusan Pembelian .....	102
Tabel 4.36	Produk Erfolg Clothing Menjadi Alternatif yang Saya Pilih.....	103
Tabel 4.37	Mebutuhkan Waktu yang Relatif Singkat untuk Membeli Produk Erfolg Clothing Pada Shopee.....	104
Tabel 4.38	Konsumen Memutuskan Pembelian Produk Erfolg Clothing Karena Melihat Kualitas dari Penilaian Konsumen Pada Shopee....	105
Tabel 4.39	Konsumen Hanya Membeli Produk Erfolg Clothing yang Memiliki Kualitas dan Penilaian Positif Pada Shopee .....	106
Tabel 4.40	Konsumen Akan Melakukan Pembelian Ulang Karena Kualitas Produk Memuaskan Shopee Sebelum Melakukan Keputusan Pembelian .....	107
Tabel 4.41	Konsumen Akan Merekomendasikan Produk Karena Layanan dan Kualitas Produk Memuaskan.....	107
Tabel 4.42	Konsumen Akan Memberikan Penilaian Setelah Melakukan Pembelian Pada Shopee .....	108
Tabel 4.43	Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Keputusan Pembelian pada Konsumen Erfolg Clothing di Shopee .....	109
Tabel 4.44	Klasifikasi Penilaian Kualitas Produk.....	111
Tabel 4.45	Tabulasi Data Variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) dan Variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ) pada Konsumen Erfolg Clothing Pengguna Shopee .....	112
Tabel 4.46	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi .....	115

Tabel 4.47 Tabulasi Data Variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) dan Variabel Keputusan Pembelian (Y) pada Konsumen Erfolg Clothing Pengguna Shopee .....	119
Tabel 4.48 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi .....	122
Tabel 4.49 Tabulasi Data Variabel Kualitas ( $X_1$ ), Produk Penilaian Produk ( $X_2$ ) dan Variabel Keputusan Pembelian (Y) pada Konsumen Erfolg Clothing Pengguna Shopee .....	126

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persaingan *E-Commerce* di Indonesia Kuartal III 2021 **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1.2 Toko Erfolg\_Clothing pada Shopee **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2.1 Tingkatan Manajemen..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2.2 Fungsi Manajemen Pemasaran..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2.3 Proses Pemasaran Model Sederhana. **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2.4 Proses Keputusan Pembelian ..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2.5 Paradigma Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, Roni Angger. 2020. *Pengantar Manajemen*. Malang : AE Publishing
- Afrina, Yasmin et. al. 2015. *International Journal Of Management Science and Bussines Administration*. Diakses tanggal 28 Februari 2021
- Alma, Prof. Dr. H. Buchari, 2015. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta Bandung
- Arbaini, Pratiwi et. al. 2020. *Pengaruh Consumer Online Rating Dan Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace Tokopedia*. Jurnal Bisnis dan Manajemen. Diakses tanggal 19-11-2021
- Ardianti, Asri Nugrahani dan Widiartanto. 2019. *Online Customer Review dan Online Customor Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee. (Studi Pada Mahasiswa Aktif Fisip Undip)*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis. Diakses tanggal 25-11-2021
- Asiyah. 2021. *Pengaruh Penilaian Produk dan Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee di Kabupaten Ponorogo*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Diakses tanggal 17 Desember 2021
- Badrudin, 2013. *Dasar – Dasar Manajemen*. Bandung: Alfabeta
- Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Cetakan Pertama. Penerbit Ombak
- Darmanto, dan Sri W. 2016. *Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Yogyakarta: Deepublish
- Darna, N., & Herlina, E. (2018). *Memilih Metode Penelitian Yang Tepat: Bagi Penelitian Bidang Ilmu Manajemen*. Jurnal Ekologi Ilmu Manajemen, 5(1), 287-292.
- Elwalda, A dan Kindgdom, U. 2016. *The Impct of Online Costumer Reviews (OCRs) on Costumer Purchas Decision*. Journal of Costumer Behaviour. Diakses tanggal 05-01-2022
- Farki, Ahmad. Dkk. 2016. *Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian Pada Online Marketplace di Indonesia*. Jurnal Teknik ITS. Diakses tanggal 01-12-2021
- Fatmaningrum,Sakti Riana.Dkk. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea*. Jurnal Ilmiah MEA. Diakses tanggal 26-12-2021
- Filieri, R. 2015. *What makes online reviews helpful? A diagnosticity-adoption framework to explain informational and normative influences in e-WOM*. Journal of Business Research. Diakses tanggal 05-01-2022
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi AnalisisMultivariate dengan Program SPSS*. Edisi Kesembilan. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

- Harahap, Dedy Ansari dan Amanah, Dita. 2018. *Pengantar Manajemen*. Bandung: Alfabeta
- Hasibuan Malayu, 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi
- Hidayati, Nur Laili. 2018. *Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Surabaya*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN). Diakses tanggal 10-11-2021
- Imandiar, Yudistira. *Kampanye Semua Rp 1 Shopee pay Bikin Belanja Puas Tetap Cuan*. Diakses tanggal 14 Januari 2022
- Indasari, Meithina. 2020. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Pertama. Surabaya: CV. Pustaka Ilmu Group
- Jawangga, Yan Hanif. 2019. *Dasar-Dasar Manajemen*. Klaten: PT. Cempaka Putih
- Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler dan Keller. 2014. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* By Philip Kotler Gary Armstrong. Edisi 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Keller. 2016. *Marketing Management*. Global Edition. Pearson Education Limited. England.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid I. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2018. *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition. Pearson
- Lackermair, G & dkk. 2013. *Importance of Online Product Reviews from a Consumer's Perspective*. Jurnal Economics and Business. Diakses tanggal 02-01-2022
- Laila, E.J, dan Sudaewanto. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Di Butik Qta Ponorogo*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga. Diakses tanggal 20-12-2021
- Mo, Z et. Al. 2015. *Effect of Online Reviews and on Consumer Purchase Behaviour*. Journal of Service and Management. Diakses tanggal 25-01-2022
- Mulyana, Sri. 2021. *Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pemelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee di Pekanbaru*. STIE Persada Bunda. Diakses tanggal 06-02-2022
- Nadiya, Farisa Hasna dan Wahyuningsih, Susanti. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3Second Di Marketplace*. Jurnal Penelitian STIE Pelita Nusantar. Diakses tanggal 08-12-2021
- Novitasari, Reny. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Online ( Studi pada Konsumen Shopee Di Kota Bandung)*. Diakses tanggal 15-12-2021
- Nuraeni, Yuni Siti dan Irawati, Dwi. 2021. *Pengaruh Online Customer Review, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa UBSI)*. Jurnal Ilmiah Manajemen. Diakses tanggal 16-01-2022

- Nurdiansyah, Haris & Rahman, Robbi Saepul. 2019. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta. Cetakan Pertama. Diandra Kreatif
- Putri, Budi Rahayu. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Fakultas Peternakan Universitas Udaya
- Pratomo. Yudha. 2019. APJII: *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tembus 171 Juta Jiwa*. Jakarta. Diakses tanggal 28-02-2022
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Cetakan Kesatu. CV. Pustaka Setia
- Riinawati. 2019. *Pengantar Teori Manajemen Komunikasi Dan Organisasi* :Banjarماسين
- Sari, Ratna dkk. 2022. *Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Bella Square (KW 3) Pada Marketplace Shopee*. Jurnal Revolusi Indonesia. Diakses tanggal 25-02-2022
- Sarinah dan Mardalena.2017. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish
- Setiadi, Iung Oni. 2016. *Mengenal Dasar Manajemen*. Klaten: Cempaka Putih
- Shinta, Agustina. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- 2014. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- 2015. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- 2016. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- 2017. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- 2018. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Supriyadi, dkk. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Bisnis dan Manajemen. Diakses tanggal 20-11-2021
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Utami, Indah Wahyu. 2017. *Perilaku Konsumen*. Sukaharjo: Cetakan Pertama. CV. Pustaka Bengawan
- Utari, Prastiwi. *Belanja Online Mahasiswa Di Era Pandemi Covid-19: Modifikasi Perilaku Konsumen*. *Islamic Communication Journal*. Diakses tanggal 14 Januari 2022
- Yuniarti, Yenny. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Diakses tanggal 15-11-2021.