

DAFTAR PUSTAKA

- Abi Mantara, M., & Nyoman Yulianthini, N. (2022). Faktor-Faktor yang menentukan Keputusan Pembelian secara Online di Bukalapak pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNDIKSHA. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2).
- Aditya, S., Putra, W., Riorini, V., Manajemen, J., Ekonomi, F., Universitas, B., & Jakarta, T. (2016). Pengaruh Online Reviews terhadap Online Hotel Booking Intentions pada Online Travel Agent Lokal. *Seminar Nasional Cendekiawan*. <http://tekno.kompas.com>
- Agatha, M., & mariaagathawidya, M. (2018). *Analisis Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Batik Barong Gung Tulangagung*.
- Alfirdausi, K., & Marpaung, N. N. (2022). Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee di Kabupaten Bekasi. *JURNAL PARAMETER*, 7(1), 181–192.
- Alma, H., & Buchori. (2018). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. *Jurnal Manajemen*.
- Anggraini, M., Rahmadhani, R., Priyono, S., Kunci, K., & Pembelian, K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Aplikasi Shopee Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Semester V Universitas Nurul Huda. In *JECO : Journal of Economic Education and Eco-Technopreneurship* (Issue 1).
- Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2016). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek*. 3.
- Bernadetha Aurelia Oktavira, S. H. (2022). *No Title Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Belanja Online*. Hukum Online.Com. <https://www.hukumonline.com/klinik/mitra/si-pokrol-lt4b457ff0c3e1b/bernadetha-aurelia-oktavira--sh-lt5d537b77ab8d5>
- Dr. Drs. Ngatno, M. (2018). *Manajemen Pemasaran* (Cetakan ke I).
- Farikha, F., Rachman, E., & Antu, Y. (2023). Pengaruh Store Atmosphere Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Di Foodpedia Gorontalo. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 13(1).
- Faruqi, R. (2023). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Berulang Pada Produk KFC. In *Jurnal Manajemen dan Bisnis Kreatif* (Vol. 8, Issue 2).
- Firmansyah, M. A. (2019). *PEMASARAN (dasar dan konsep)* (Q. Media, Ed.; Cetakan Pertama). CV. Penerbit Qiara Media. <https://www.researchgate.net/publication/334057497>

- Gerung, C. J., Sepang, J., & Loindong, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk. *Jurnal EMBA*, 5(2), 2221–2229.
- Gesi. B, Laan. R, & Lamaya. F. (2019). Manajemen dan Eksekutif. *Jurnal Manajemen*, 3.
- Hikmatunnisa, Purwanti R.N, Setiawan.I (2020). Pengaruh Green Product dan Green Advertising terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi pada Pembeli yang menghuni Perumahan Garden City Ciamis). *BUSINESS MANAGEMENT AND ENTREPRENEURSHIP JOURNAL*.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020a). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee di Mojokerto. *Jurnal Manajemen*, 6(1). <http://www.maker.ac.id/index.php/maker>
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020b). *Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee di Mojokerto*. <http://www.maker.ac.id/index.php/maker>
- Imanudin. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di PT. Citra Makmur Sejahtera. *JURNAL INDONESIA MEMBANGUN*, 20(2).
- Julitawaty, W., Willy, F., Thomas, D., & Goh, S. (2020). Pengaruh Personal Selling Dan Promosi Penjualan Terhadap Efektifitas Penjualan Ban Sepeda Motor Pt. Mega Anugrah Mandiri. *Jurnal Bisnis Kolega*, 6(1).
- Kurnawan. M. Z. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Wilayah Blitar. *Journal Trunjoyo*, 7. <https://journal.trunjoyo.ac.id/eco-entrepreneur/article/viewFile/19552/7938>
- Kuswanto, & Resista, V. (2020). Pengaruh Harga dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 6(2), 195–210. https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v6i2.431
- Lestari, N., Dwijayati Patrikha, F., Niaga, P. T., Ekonomi, J. P., Universitas, E., & Surabaya, N. (2022). Pengaruh Harga dan Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Wanita di Online Marketplace (Studi Kasus pada Konsumen di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10. www.Dailysocial.id,
- Maliana. R. (2020). *Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Bebek Tresnah Bangkalan*.
- M.Ap Rohman, A. (2017). *Dasar Dasar Manajemen* (Cetakan I). Diterbitkan pertama kali oleh Inteligencia Media.

<http://repository.unitri.ac.id/1353/1/Dasar-Dasar%20Manajemen%20-%20Abd%20Rohman%202017.pdf>

- Margaretha, F. (2017). Analisis Hubungan Antara Motif Dengan Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Shopee Sebagai Media Berbelanja Online Pada Shopeeholics Di Kota Samarinda. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 5(4), 26–40. <http://m.facebook.com/pg/ShopeeID>,
- Mita, Pranasari. F. D, & Kristia. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan, dan Ulasan Konsumen Daring Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 04.
- Mubarokah A, Iskandar Y, Lestari M.N. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dan Corporate Branding terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Diamond Victory Merch Store). *BUSINESS MANAGEMENT AND ENTREPRENEURSHIP JOURNAL*.
- Nani, N. S., Gobel, L. Van, & Thalib, T. (2023). Leadership of the Village Head in the Implementation of Duties and Functions of Ulobua Village Officials, Tibawa District, Gorontalo Regency. *Formosa Journal of Science and Technology*, 2(1), 319–334. <https://doi.org/10.55927/fjst.v2i1.2536>
- Nur Aziz, F., & Munandar, A. (2019). Hubungan & Pengaruh antara Review Product terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare di E-Commerce Shopee. *Jurnal ReTims*, 3.
- Nurhidayat, E., Marsudi, H., Trianandra, S., Sukoharjo, K., Stie,), & Surakarta, A. B. (2022). *Pengaruh Online Consumer Review dan Trust terhadap Keputusan Pembelian Online di Tokopedia* (Vol. 5, Issue 2). <http://jurnal.apn-surakarta.ac.id/index.php/muara>
- Pane, N. D., & Fikri, M. (2020). Pengaruh Produk dan Kepercayaan terhadap Keputusan Konsumen. *Jurnal Manajemen Tools*, 12(2).
- Panjaitan, R. (2018). *MANAJEMEN PEMASARAN* (Sukarno). SUKARNO PRESSINDO.
- Pradana, D. ,Hudayah, S. R. (2017). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek brand image terhadap keputusan pembelian motor. *E-Journal.Feb.Unmul*, 14(1), 16–23.
- Rahayu, H., Sismanto, A., & Arianto, T. (2020a). Pengaruh Harga, Ulasan, Kemudahan Penggunaan, dan keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian secara Online di Shopee. *Jurnal Bima*, 1(1), 34–48.

- Rahayu, H., Sismanto, A., & Arianto, T. (2020b). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian secara Online di Shopee. *Bima Journal*, 1, 34–48.
- Kumalasari. R (2022, April 19). *Review Produk: Definisi, Contoh, dan Cara Membuatnya*. <https://majoo.id/solusi/detail/review-produk>
- Robbins, M., & Coulter, D. (2018). *IMPLEMENTASI FUNGSI MANAJEMEN*.
- Saleh, M. Y., & Suriani, S. (n.d.). *Preferensi Konsumen dalam Berbelanja* (H. Remmang, M. Said, & A. Puspita, Eds.; Cetakan 2021). Di Cetak oleh : CV Berkah Utami.
- Sarah, E. M., & Tumanggor, W. (2021). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Wahana Chemindo Jaya Medan. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(3). <https://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/metta>
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pembelian Konsumen pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado The Influence of Location, Promotion and Price Perception to Consumer Purchase on Kawanua Emerald City Manado Housing. *Jurnal EMBA*, 7(1), 881–890.
- Sentot, I. W., & Ramadhan, F. D. (2022). *Manajemen dan Peran Manajemen*. https://www.researchgate.net/publication/361416454_BAHAN_AJAR_MANAJEMEN_PENTINGNYA_MANAJEMEN_DAN_PERAN_MANAJER_DI_SEKOLAH
- Shafa, p. m., & Hariyanto. Jusuf. (2020). *Pengaruh Harga, Ulasan Produk, dan Metode Pembayaran terhadap Keputusan Pembeliandalam Berbelanja Online melalui Aplikasi Shopee*. http://repository.stei.ac.id/1544/1/21160000207_Artikel%20Indonesia_2020.pdf
- Soetanto. J. P, Septina. F, & Febry. T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk AMONDEU. *Jurnal Manajemen Dan Start Up Bisnis*, 5.
- Soetiyoso. S. (2017). *Pengaruh Ulasan Online (Online Buying Review) terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Salatiga dengan Moderasi Harga*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R &D. In *Bandung: PT. Refika Aditama* (Vol. 15). ALFABETA CV.

- Sugiono. (2015b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: IKAPI.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suprihanti, J. (2014). *Manajemen*. Diterbitkan dan Di cetak leh Gadjah Mada University Press.
- Terry, G. R. , & Rue, L. W. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen* (B. S. Fatmawati, Ed.; Cetakan Pertama). Bumi Aksara.
- Ulul Azmi, Efriyani Sumastuti, & Bayu Kurniawan. (2023). Analisis Keputusan Pembelian di Marketplace. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 2(2), 285–297. <https://doi.org/10.55123/mamen.v2i2.1845>
- Wenda Rumondor, P., Tumbel, A. L., & J Ogi, I. W. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RUMAH KOPI DAN MIE TORONATA DI KAWANGKOAN. *Jurnal EMBA*, 5(2), 1102–1112.
- Wijaya, S. N. G. I. et. al. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Persepsi Risiko, Kepercayaan Pelanggan, dan Keputusan Pembelian E-Commerce Tokopedia. *E-Jurnal Manajemen*, 11(1), 190–209. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2021.v11.i01.p10>
- Wijayanto, D. (2013). *Pengantar Manajemen*. Di cetak PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wulandari, T. (2017). *Analisis Proses Keputusan Pembelian Mahasiswa Melalui Ekuitas Merek Politeknik Perdana Mandiri Dan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dan Bisnis (Stieb) Perdana Mandiri Purwakarta*.
- Yaya, R. dan L. M. (2017). *Pengantar Manajemen teori, fungsi dan kasus* (Edisi 2). CV Absolut Media.
- Yusnidar. et. al. (2014). Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Resiko terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Produk Fashion secara Online di Kota Pekanbaru. *Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan*, 12, 311–329.