

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, P., & Madiawati, N. (2016). The Effect Of Trust And Information Quality To Online Purchase Decision On The Site WWW.TRAVELOKA.COM.
- Ardiansyah, & Nurdin, H. (2020). Pengaruh Diskon Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Online Shop Shopee (Study Kasus Pada Mahasiswa STIE Bima)
- Arianto, N., & Giovanni. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Pemasaran Kompetitif, 3(2), 2020.
- Assauri, Sofjan. (2010). Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep & Strategi. Raja Grafindo Persada.
- Assauri, Sofyan. (2019). Manajemen Produksi dan Operasi (Edisi Ketik) Fahimah, M., & Muyassaroh, E. M. (2019). Minat Beli Pada Marketplace Unicorn Indonesia: Tokopedia Dan Bukalapak.
- Habibah, U., & Sumiati. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura.

Harahap, D. A., & Amanah, D. (2018). Perilaku Belanja Online Di Indonesia Ilmiah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto.

Istanti, F. (2017). Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan Berbelanja DanE Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online.

Alamsyah, D.P., & Angiawati, R. Y. (2018). Pengaruh Harga , Kualitas Produk,dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen.

Mulyana, A., & Husin, M. (2017). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.

Wijaya, S., & Rachmawati, R. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Marketplace Shopee dan Tokopedia.

Setiawan, B. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen di Marketplace Shopee dan Tokopedia.

Nurhayati, T. (2019). Analisis Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen pada Marketplace Online di Indonesia