

## DAFTAR RUJUKAN

- Azis Husaini. (2020). *Riset Snapcart: Shopee paling diminati dan jadi pilihan konsumen belanja*. Kontan.Co.Id. <https://industri.kontan.co.id/news/riset-snapcart-shopee-paling-diminati-dan-jadi-pilihan-konsumen-berlanja>
- Dzulqarnaim, I. (2019). *Pengaruh Fitur Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee*. Universitas Jember.
- Fadhila Rakhma, A. (2021). Pengaruh Product Knowledge, Brand Image, Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee (Studi pada Customer Marketplace Shopee di Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 10(4).
- Jayani, D. H. (2021). *Rata-rata Pengunjung Web Bulanan Shopee (Kuartal I 2020-Kuartal III 2021)*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/18/kunjungan-ke-web-shopee-meningkat-58-pada-kuartal-iii-2021>
- Kotler, Philip & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran, Jilid. 1, Ed. 13* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management (14th ed)* (14th ed.). New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Nurul Aeni, H. (2021). *Pengaruh Harga, Promosi dan Penilaian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi kasus Mahasiswa IAIN Purwokerto)*. INSTITUT AGAMA ISLAMNEGERI PURWOKERTO.
- Saskiana, D. (2021). *Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, E-Service Quality, E-Trust dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Marketplace Shopee di Surabaya*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA.