

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. (2023). *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023*. Kominformasi. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>.
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, M. A. (2019). *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–11.
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). *Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsuraya*, 1(1), 15–30.
- Darwin, Muhammad Mamondol., Sormin., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Adnyana., Prasetyo, B., Vianitati, P., & Gebang. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif*.
- Amruddin., Roni Priyanda., Dr. Tri Siwi A., Nyoman Sri Ai., Ni Gusti A., Dwi Astarani A., Kori Puspita N., Siska Wi., Panji P., Dr. Ira Yuniati., Dr. Ida Untar., Sari Mujiani., & Dipo Wicaksono., (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF*. In *Universitas Nusantara PGRI Kediri* (Vol. 01).
- Faozi, I., & Handayani, S. (2019). *Analisa Keputusan Pembelian Yang Dipengaruhi Harga Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pada Pt Bina Pertiwi Semarang*. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 47, 44–52.
- Gabriela, Yoshua, & Mulyandi, M. R. (2022). *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Pelanggan E-Commerce*. *Jurnal Jempper : Jurnal Ekonomi, Manajemen Parawisata Dan Perhotelan*, 1(1), 121–125.
- Hardani., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani., Roushandy Asri Fardan., Jumari Ustiawaty., Evi Fatmi Utami., A., Dhika Juliana Sukmana., Ria Rahmatul Istiqomah. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*.

- Hasanah, F. M., Priantilianingtiasari, R., Ekonomi, F., Islam, B., & Tulungagung, A. R. (2023). *Pengaruh Sales Promotion Aplikasi Tiktok, Online Costumer Review Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Tokopedia (Mahasiswa Febi 2021 Uin Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung)*. *Jurnal Maneksi*, 12(3), 666–676.
- Husna, Asmaul B. S. (2017). *metodologi penelitian dan statistik*. Cetakan pertama.
- Indriawan, B. M., & Santoso, I. H. (2023). *Pengaruh Sales Promotion, Content Marketing, Dan Shopping Lifestyle Content Creator Tiktok Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada E-Commerce Shopee*. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 905–914.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2018. *Principles of Marketing*. Edisi tujuh belas bahasa inggris.
- Muangsal. (2019). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 5(2), 25–39.
- Noviani, S. R., & Siswanto, T. (2022). *Pengaruh Online Consumer Review, Rating, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Milenial Marketplace Shopee Di Jakarta Selatan*. *Jurnal Inovasi Manajemen & Bisnis*.
- Prihantini, S., & Kamaludin, A. (2023). *Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee*. *Journal of Manajement Research and Innovation*, 5(2), 130–137.
- Rahmawati, A. I. (2021). *Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas Pgri Semarang)*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Ekonomi Kreatif*.
- Raintung, M. C. (2019). *Pemasaran Online Produk Unggulan Kota Manado Melalui Media Sosial Online (Studi Pada Mahasiswa Feb Unsrat)*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4), 5276–5285.
- Rajagukguk, P., Hardani, H., & Kartawijaya, F. (2022). *Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian online pada Marketplace Shopee Paska*

- Pandemic Covid-19. Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1), 28–34.
- Rika, A. W., Basalamah, M. B., & Rahmawati, R. (2021). *Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya, Viral Marketing, dan Customer Online Review Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online di Shopee. E-JRM Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(13),
- Rr.Adira Mafaza, S. A. (2022). *Pengaruh sales Pomotion dan Online Customer Review Terhadap keputusan Pembelian di Marketplace Shopee. Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7, 282.
- Situmorang, M. K. (2021). *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Uang Elektronik (Dompot Digital) Sebagai alat Pembayaran pada Masa Pandemi Covid – 19 di Kota Medan. Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 123–130
- Sumarsid, & Atik Budi Paryanti. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70–83. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.867>
- Wahyuni, R. S., & Setyawati, H. A. (2020). *Pengaruh Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada E-Commerce Shopee. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(2), 144–154. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i2.457>
- Welsa, H., Dwi Cahyani, P., & Alfian, M. (2022). *Pengaruh online customer review, social media marketing dan kemudahan terhadap keputusan pembelian secara online melalui marketplace. Jurnal Manajemen*, 14(2), 416–424.