

DAFTAR PUSTAKA

- Anggita, R., & Ali, H. (2017). *The Influence of Product Quality , Service Quality and Price to Purchase Decision of SGM Bunda Milk (Study on PT . Sarihusada Generasi Mahardika Region Jakarta , South Tangerang District)*.
- Ardianti, asri nugrahani, & Widiartanto, W. (2019). *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee. (Studi pada Mahasiswa Aktif FISIP Undip)*.
- Azzahra, N. A. (2023). Perilaku Konsumtif Belanja Online Shopee Pada Remaja Di Lampung Utara. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1), 50–64. <http://ojs.stai-ibnurusyd.ac.id/index.php/alwadiyah/article/view/82>
- Budiana, Amin, nur muhammad faiz, Munawaroh, H., Sarifudin, M., Maynadianti, R., & Rubiyanto. (2021). *Ecopreneur : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Secara Online*. 2, 26–41.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>.
- Fianda, A. Y. A., Fandinny, I., Kacaribu, L. N. B., Desyani, N. A., Asyifa, N., & Wijayanti, P. (2021). Eco-friendly packaging: Preferensi dan Ketersediaan Membayar Konsumen di Marketplaces. *Jurnal Ilmu Lingkungan*, 20(1), 147–157. <https://doi.org/10.14710/jil.20.1.147-157>
- Fitriyana, F., Nuryani, A., Rosyati, T., & Gusvia, Y. (2021). *PELATIHAN PEMANFAATAN MARKETPLACE PADA UMKM DALAM MASA COVID-19*. 2(2), 206–211.
- Hakim, L., & Saragih, R. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Npk Mutiara Di Ud.Barelang Tani Jaya Batam. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 37–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.4>
- Hansen, S. (2020). *Investigasi Teknik Wawancara dalam Penelitian Kualitatif Manajemen Konstruksi ur n a I T e o r e t i s d a n e r a p a n i d a n g e k a y a s a i p i l Jurnal*. December. <https://doi.org/10.5614/jts.2020.27.3.10>
- Hidayat, R., & Dahlan, D. (2020). *Analysis of Online Customer Reviews Toward*

Interest Using Blibli as Online Marketplace in UPI Students. 380–389.

- Hoetoro, A. (2018). *EKONOMI MIKRO ISLAM PENDEKATAN INTEGRATIF* (p. 320). UB Press.
- Kusumaningsih, S., Sutopo, J., & Nurlaeli, F. (2021). BUKU PANDUAN MARKETPLACE. In *IEEE Internet Computing* (Vol. 6, Issue 3). CV. GLOBAL AKSARA PRES. <https://doi.org/10.1109/MIC.2002.1003125>
- Lenaini, I., Islam, U., Raden, N., & Palembang, F. (2021). TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL PURPOSIVE DAN SNOWBALL SAMPLING. *Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33–39.
- Lestari, L. A., Apriani, Y., Asnaini, A., & Kustin, K. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Produk, Label Halal terhadap keputusan membeli frozen food (studi di kota Bengkulu). *J-Alif: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Budaya Islam*, 6(1), 18. <https://doi.org/10.35329/jalif.v6i1.2135>
- Lestari, M., Sedyono, E., Sembiring, I., Studi, P., Sistem, M., Kristen, U., Wacana, S., & Tengah, J. (2022). *ANALISIS PENGARUH MINAT BERBELANJA PADA E-MARKETPLACE MENGGUNAKAN SUCCESS MODEL SYSTEM BERDASARKAN PERSPEKTIF*. 5(1), 14–21.
- Lexy. Moleong, M. A. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif (edisi revisi)*.
- Mauludin, M. S., Saputra, A. D., Sari, A. Z., Munawaroh, I., & Regita, E. P. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di e-Commerce. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1), 108–123. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings>
- Mawardani, F., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital Shopeepay Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1455–1463.
- Meilisa, Fauji., M.M, D. A. S., & Widodo.M.M, M. W. (2023). *ANALISIS PEMANFAATAN MARKETPLACE SEBAGAI SARANA PENJUALAN BAGI DROPSHIPPER DI SHOPEE (Doctoral dissertation, Universitas Nusantara PGRI Kediri)*.
- Musa, A., & Nifita, A. T. (2019). Preferensi konsumen dalam berbelanja pada online shop. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 7(1), 153–162. <https://online-journal.unja.ac.id/jmbp/article/view/16943>

- Nuralan, S., Ummah BK, M. K., & Haslinda. (2022). *Analisis Gaya Belajar Siswa Berprestasi di SD Negeri 5 Tolitoli*. 1(1), 13–24.
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2018). *MICROECONOMICS*. Pearson.
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Saputri, E. (2021). *STRATEGI PENELUSURAN INFORMASI MELALUI SEARCH ENGINE (GOOGLE)*. 2(1), 232–247.
- Sari, I. N., Lestrai, P. L., Kusuma, D. W., Maifulah, S., Brata, D. P. N., Karwanto, Supriyono, Iffah, J. D. N., Widiatsih, A., Utomo, Magfur, E. S. I., Sofiyana, M. S., & Sulitiana, D. (2022). *METODE PENELITIAN KUALITATIF* (D. H. S.AP. MSI (ed.)). UNISMA PRESS.
- Sriwahyuni, T., Junarti, & Ningrum, I. K. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Shopee. *Pendidikan Edutama*, 1–8.
- Sugiyono, P. D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. ALFABETA, bandung.
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (M. Dr.Ir.Sutopo.S.Pd (ed.)). ALFABETA, bandung.
- Syam, S. A., Ilham, M., Haeruddin, W., Ruma, Z., Musa, I., & Hasbiah, S. (2022). *PENGARUH PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA MARKETPLACE*. 18(2), 73–79.
- Taufan, J., Ardisal, Damri, & Arise. (2018). *Pelaksanaan pembelajaran pendidikan jasmani adaptif bagi anak dengan hambatan fisik dan motorik*. 2(2003), 19–24.
- Thalha, A., & Budur, A. (2019). *RESUME : INSTRUMEN PENGUMPULAN DATA*. 1–20.
- Wardhana S.E., M.Si., M.M, D. A. (2023). *KONSEP PEMASARAN MARKETPLACE* (Hartini (ed.); Issue May). CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Wardhani, W., Sumarwan, U., & Yuliati, L. N. (2016). Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Hunian Green Product. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 6(1), 45. <https://doi.org/10.29244/jmo.v6i1.12183>
- Wijaya, H., & Umarti. (2020). *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep dalam Penelitian Pendidikan*. <https://books.google.co.id/books?id=GkP2DwAAQBAJ&lpg=PA37&ots=yNxx1x3Y4H&dq=wijaya 2020&lr&hl=id&pg=PA37#v=onepage&q&f=false>

Wiradarma, I. W. A., & Respati, N. N. R. (2020). Peran Customer Satisfaction Memediasi Pengaruh Service Quality Terhadap Repurchase Intention Pada Pengguna Lazada Di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(2), 637. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i02.p12>

Yusanto, Y. (2019). *Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif*. 1(1), 1–13.