

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, S. D. N., & Nuvriasari, A. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Promosi, Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Akomodasi Di Aplikasi Traveloka. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*.
- Arianto, N., & Difa, S. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT NIRWANA GEMILANG PROPERTY. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 3(2), 508–518.
- Azhari, H. (2021). Analisis Pengaruh Ease Of Use, Shopping Experience Dan Advertisement Terhadap Minat Beli E-Commerce Customers Tokopedia Di Kota Batam.
- Christian, A., & Ariani, F. (2018). Rancang Bangun Sistem Informasi Peminjaman Perangkat Demo Video Conference Berbasis Web Dengan Model Waterfall. *Jurnal Pilar Nusa Mandiri*, 14(1), 131–136.
- Damayanti, R. S. (2019). Pengaruh Online Customer Review And Rating, E-Service Quality Dan Price Terhadap Minat Beli Pada Online Marketplace Shopee (Studi Empiris Pada Mahasiswa Muhammadiyah Magelang). *Prosiding 2nd Business And Economics Conference In Utilizing Of Modern Techonolgy*, 684–693.
- Dian, P., Nadhar, M., & K, N. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Minat Beli Pada Pasar Tradisional Cakke Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang. *YUME : Journal Of Management*, 3(3), 65–83.
- Diana, T. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Konsumen Di Situs Belanja Online*
- 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.

- Hafni, R. D., Azzahra, A. A., & Rosdiani, K. (2020). Pandangan Citra Brand Kopi Janji Jiwa Di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(1), 12–21.
- Haryani, D. S. (2019). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Puspendari Asri Tanjungpinang. *Jurnal Dimensi*, 8(1), 54–70.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). *Maker: Jurnal Manajemen Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto*. 6(May), 31–42.
- Komariyah, D. I. (2022). Pengaruh Online Customer Riview Dan Rating Terhadap Minat Pembelian Online Shopee (Studi Kasus Pada Santri Putri Pondok Pesantren Salafiyah Syafi'iyah Seblak Jombang). *BIMA : Journal Of Business And Innovation Management*, 4(2), 343–358.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Ed.,). Pearson Education.
- Kumalasari, N. K. R., Anggraini, N. P. N., & Ribek, P. K. (2022). Pengaruh Iklan Televisi Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Bali. *Pengaruh Iklan Televisi Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Bali*, 3, 894–907.
- Lee, J. (2022). *Pengaruh Celebrity Endroser, Dan Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen E-Commerce Lazada Pada Masyarakat Kota Batam*.
- Machali, I. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan, Dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif. In A. Q. Habib (Ed.), *Laboratorium Penelitian Dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Muallawarman, Samarinda, Kalimantan Timur*.
- Maresa Cahya Neta. (2022). *Pengaruh Iklan Prime Time Dan E-Wom Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Dalam Perspektif Bisnis Syariah*
- Maskuri, M. A., Kurniawan, E. N., Wardani, M. K., & Andriyani, M. (2019).

- Kepercayaan , Kemudahan Penggunaan Dan Electronic. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 16(02), 139–150.
- Melati, S., & Yuliana. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Olshop LAZADA : Studi Kasus Pada Warga Dusun I Desa Sukamulia Kecamatan Pagar Merbau Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal AKRAB JUARA*, 9(6).
- Melinda, R. (2019). Pengaruh Dimensi Iklan Televisi Terhadap Minat Beli Studi Pada Situs Belanja Shopee Di Bandar Lampung. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 75.
- Mita, M., Pranatasari, F. D., & Kristia, K. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan, Dan Ulasan Konsumen Daring Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 548–557.
- Mufida, S., Rachma, N., & Abs, M. K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Dan Keragaman Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Online Shop Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UNISMA). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 10(15), 13–25.
- Muhajirin, Risnita, & Asrulla. (2024). Pendekatan Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Tahapan Penelitian. *Journal Genta Mulia*, 15(1), 82–92.
- Muhasri, & Annisa Jr. (2020). *Pengaruh Ulasan Pelanggan, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Shopee (Study Kasus Pada Mahasiswi Universitas Pertamina)*.
- Mulyana, S. (2021). Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee Di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 185–195.
- Mundir, A., Nizar, M., Mustaqimah, A. R., & Faujiah, A. (2021). Pengaruh Iklan, Brand Image Dan Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Santriwati Pada Produk Kecantikan Kosmetik Wardah Menurut Prespektif Ekonomi Islam Di Asrama I Pondok Pesantren Ngalah Purwosari Pasuruan. *EKOSIANA: Jurnal Ekonomi Syari'ah*, 8(2), 1–28.

- Nurfadila, B., & Rustam, T. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Trans Retail. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 155.
- Nursyecha, N., Sapari, Y., & Risnawati, R. (2021). Pengaruh Iklan Shopee Di Televisi Dalam Pembentukan Brand Awareness Platform Aplikasi Shopee Terhadap Minat Beli Konsumen ((Studi Survey Eksplanatif Pada Mahasiswa/I Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhamadiyah Cirebon). *Jurnal Signal*, 9(1), 1–13.
- Pautina, Y. B., Ismail, Y. L., & Abdussamad, Z. K. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Belanja Online Shopee (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo). *Jurnal Manajemen & Organisasi Review (Manor)*, 4(1), 27–38.
- Priyani. (2022). *Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Di Situs E-Commerce Blibli*. Universitas Putera Batam.
- Purnomo, R. A. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS (Untuk Mahasiswa, Dosen, Dan Praktisi)* (Ambarwati & Puput Cahya (Eds.)). WADE GROUP.
- Purwati, A. A., Siahaan, J. J., & Hamzah, Z. (2019). Analisis Pengaruh Iklan, Harga Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Rumah Mebel Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 30(1), 20.
- Rahayu, R. P., & Alfian, N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Jasa PT. Almuna Tour And Travel Bugih Pamekasan. *AKTIVA Jurnal Akuntansi Dan Investasi*, 5(1), 1689–1699.
- Renaldy, R. (2020). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Ulang Secara Online Pada Situs Web E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Ribek, P. K., Putu, N., Anggraini, N., Kadek, N., & Kumalasari, R. (2023). Pengaruh

Iklan Televisi Dan Onlone Customer Review Terhadap Keuputsan Pembelian Pada Market Place Shopee Di Bali. *Jurnal Satyagraha*, 05(02), 130–137.

Rizkiawan. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Online Di Kalangan Masyarakat Sangatta (Studi Kasus Pada E-Commerce Shopee). *Jurnal Eksis*, 16(1), 66–75.

Sari, I. P. (2023). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Di Kota Batam. *JESYA Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6(2), 2177–2190.

Shopee. (2023).

Subagja, I. K., & Susanto, P. H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Pondok Gede Plaza. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(1).

Sudjatmika, F. V. (2017). *Pengaruh Harga Ulasan Produk Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.Com*. 5(1).

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.

Syahrum, & Salim. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (M. P. Ananda, Rusydi (Ed.)). Citapustaka Media.

Wahyuning, S. (2021). *Dasar-Dasar Dasar Statistik* (M. . Indra Ava Dianta, S.Kom. (Ed.)). Yayasan Prima Agus Teknik Redaksi: Jln Majapahit No 605 Semarang Tlpn. (024) 6723456 Fax . 024-6710144 Email: Penerbit_Ypat@Stekom.Ac.Id.

Widayat, W., & Purwanto, H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Keberagaman Produk, Suasana Toko Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pasar Tradisional Wonosobo. *Journal Of Economic, Business And Engineering (JEBE)*, 2(1), 123–132.

Winata, A., & Nurcahya, I. K. (2017). Pengaruh Iklan Pada Media Televisi Terhadap

Minat Beli. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(10), 5660–5692.

Yoganata, D. A. (2019). Pengaruh Terpaan Iklan Dan Brand Loyalty Terhadap Minat Beli Produk Samsung Galaxy. *Jurnal Inovasi Ilmu Sosial Dan Politik*, 1(2), 105.