

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Indomie di Kecamatan Tarumajaya. *Stie*, 1(3), 41–52. <https://www.ejournal.stitpn.ac.id/index.php/bintang/article/view/716/476> diakses 20 Mei 2024.
- GoodStats. (2025, 15 Mei). *Jumlah kunjungan ke situs e-commerce Indonesia melemah*. <https://goodstats.id/article/jumlah-kunjungan-ke-situs-e-commerce-indonesia-melemah-Xza8b> diakses 25 Juni 2025.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23.
- Ivadah, M. N., & Sharif, O. O. (2021). the Influence of Product Review on Purchase Decision Product Fashion Customer in E-Commerce Shopee. *Agustus*, 8(4), 3282.
- Irum. (2016) “Pengaruh Bauran Promosi terhadap Volume Penjualan Rumah pada perumahan D’Cassablanca di Samarinda”. ISSN 2355-5408, ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id. 4 (2) 590-604.2016. Grant &Meadows.
- Jubelio. (2024, Februari 12). *Top 10 produk terlaris di Shopee – Cocok dijadikan ide jualan online*. <https://jubelio.com/top-9-daftar-produk-terlaris-di-shopee-2024-paling-banyak-dicari/> diakses 28 Maret 2024.
- Kotler, Philip. Keller, Kevin Lane. (2018). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian (Edisi ke-3, cetakan ke-1)*. Erlangga, Jakarta.
- Kurniasari, D. (2021). “*Pengertian TeknikPengolahan Data dan Macam-macam*”. Jenisnya. <https://dqqlab.id/pengertian-teknik-pengolahan-data-dan-macam-macam-jenisnya>. diakses 28 Maret 2024.
- Mesra B, Hernawaty, & Surya Asih. (2022). Improving online purchasing decisions through product assessments on shopee marketplace consumers. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 15(2), 459–466. <https://doi.org/10.30574/wjarr.2022.15.2.0843> diakses 28 Maret 2024.
- Promosi, P., Produk, U., Ulang, B., & Shopeefood, D. I. (2010). *Pengaruh promosi, lokasi, ulasan produk, dan kemudahan penggunaan aplikasi terhadap minat beli ulang di shopeefood*. 375–384.

- Rahayu, R., & Budiyanto. (2023). Pengaruh Harga, Ulasan Produk dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian pada Market Place Shopee (Studi Kasus Kepada Konsumen Shopee di Surabaya). *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 1(6), 1978–1520.
- Restuti, N., & Kurnia, M. (2022). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan Transaksi, Kualitas Informasi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Secara Online Pada Marketplace Shopee. *Borobudur Management Review*, 2(1), 24–40.
- Sari, W. (2022). *Pengaruh Kualitas Informasi, Kepercayaan dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Pengguna Shopee di Jakarta Timur)*. 6–25.
- Setiawan, S., & Sukardi, S. (2022). *The Influence of Online Customer Reviews, Online Customer Ratings and Ease of Use on Fashion Product Purchase Decisions on the Shopee Marketplace (Case Study on the Shopee Marketplace User Community in Yogyakarta)*. <https://doi.org/10.4108/eai.10-8-2022.2320911> diakses 28 Maret 2024.
- Shafa, P. M., & Hariyanto, J. (2020). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, dan Metode Pembayaran terhadap Keputusan Pembelian dalam Berbelanja Online melalui Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Pengguna Aplikasi Shopee di Bekasi). *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1–18.
- Siboro, S. Y., & Eddy. (2022). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Keamanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee. *NCBMA (Universitas Pelita Harapan, Indonesia)*, 130–145.
- Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh kualitas produk dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian produk amondeu. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 5(1), 63-71.
- Sugiyono. (2020). Pengaruh Diklat Virtual Berbasis Pembangunan Karakter Terhadap Peningkatan Soft Skill CPNS Kementrian Perhubungan Di Balai Diklat Pendidikan dan Pelatihan Pembangunan Karakter SDM Transportasi. *Universitas Pendidikan Indonesia*, 128.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, R&D dan Penelitian Pendidikan)*. Alfabeta, Bandung.

Tjiptono. (2015). Pengaruh Harga, Iklan, Lifestyle dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Ceriamart. In *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta*.

VM Tugiman. (2023). 10. *Bab III*. 45–62. [https://repository.unpas.ac.id/65312/6/10.Bab III.pdf](https://repository.unpas.ac.id/65312/6/10.Bab%20III.pdf) diakses 2 Mei 2025.

Wulandari, A., Utami, N. S., & Sarlata, J. (2023). The Influence of Online Customer Reviews and Prices on Product Purchasing Decisions Fashion on the Shopee Marketplace in Bekasi. *Majalah Ilmiah Bijak*, 20(2), 368–377.