

Daftar Pustaka

- Alma, B. (2014). *manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. 2014.
- Andrian, Indra, C., Jumawan, & Nursal, M. F. (2022). Perilaku Konsumen. In *Rena Cipta Mandiri* (Vol. 3, Issue 1). <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Antika, A. N., Putra, Y. P., & Utami, S. (2023). Price, Promotion and Service Quality on The Purchase Decision of NPK Phonska Plus Fertilizer. *JEM17: Jurnal Ekonomi Manajemen*, 8(2), 143–162. <https://doi.org/10.30996/jem17.v8i2.9901>
- Cahyono, Y. T., & Wibawani, I. D. (2021). Pengaruh Harga, Online Customer Review, dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *Hubusintek*, 1(1), 867–874.
- Indrasari, M. (2019). *pemasaran & kepuasan pelanggan*.
- Jannah, R., Farida, E., & Millaningtyas, R. (2022). Pengaruh Price, Kualitas Produk Dan Online Customer Reviews Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma*, 11, 82–94.
- Kotler, P., & Keller, lane kevin. (2009). *manajemen pemasaran, edisi 13 jilid 1* (A. Maulana & W. Hardani (eds.); penerbit e). 30 April 2008.
- Laili Hidayati, N. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 06(3), 77–84.
- Lidiawan, A. R., & Laely, N. (2022). Pengaruh Perceived Quality, Aesthetics dan Conformance Terhadap Keputusan Pembelian Shopeefood Chatime Kediri. *Warmadewa Economic Development Journal (WEDJ)*, 5(2), 40–53. <https://doi.org/10.22225/wedj.5.2.2022.40-53>
- 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. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.204>
- Muchlisin, R. (2020). *Keputusan Pembelian (Pengertian, Dimensi, Jenis dan Proses Tahapan)*. Mei 30, 2020. <https://www.kajianpustaka.com/2020/05/keputusan-pembelian-pengertian->

dimensi-jenis-dan-proses-tahapan-pembelian.html

- Muchlisin, R. (2023). *Online Customer Review - Pengertian, Aspek, Syarat dan Indikator*. 14 Februari 2023. <https://www.kajianpustaka.com/2023/02/online-customer-review.html>
- 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 (JIMB)*, 1(1), 17–28. <http://ojs.itb-ad.ac.id/index.php/JIMB/article/view/1698/374>
- Nur, M. A., & Dahliana, D. (2023). Pengaruh Customer Review Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Shopee Di Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(02), 1797–1805. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/7102%0Ahttps://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/download/7102/3758>
- Nurmaningsih. (2023). *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee Dengan* 1(1), 14–23. [http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/22975%0Ahttp://repository.radenintan.ac.id/22975/1/COVER BAB 1 BAB 5 DAPUS.pdf](http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/22975%0Ahttp://repository.radenintan.ac.id/22975/1/COVER%20BAB%201%20BAB%205%20DAPUS.pdf)
- Prihantini, S., & Kamaludin, A. (2023). Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *JMRI : Journal of Manajement Research and Innovation*, 5(2), 130–137. <https://doi.org/10.47532/jis.v5i2.539>
- Putri, A. R., & Lestari, W. D. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, E-Service Quality Dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta). *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 1474 – 1481. <https://stiemuttaqien.ac.id/ojs/index.php/OJS/article/view/884>
- Rahayu, T., Basalamah, M. R., & Hatneny, A. I. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee (Studi pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(22), 82–94.
- Risno, S. J. (2023). *Lemeshow menjadi rumus penting untuk menghitung jumlah sampel minimal yang kerap diperlukan dalam penelitian*. 31 Oktober 2023. <https://www.brilio.net/ragam/rumus-lemeshow-lengkap-dengan->

pengertian-dan-cara-menghitungnya-231030e.html

- Shopee. (2023). *Strategi Penetapan Harga*. 03-02-2023.
<https://seller.shopee.co.id/edu/article/17484>
- Shopee. (2024). *Shopee adalah platform belanja online terdepan di Asia Tenggara dan Taiwan*. <https://careers.shopee.co.id/about>
- Sugiyono. (2016). *metode penelitian manajemen* (Setiyawami (ed.); ALFABETA c). november 2016.
- Suryawan, T. G. A. W. K., , I Komang Sumerta, I. G. A. V., & Abdullah, S. (2022). JBTI : Jurnal Bisnis : Teori dan Implementasi. *Jurnal Bisnis*, 11(2), 134–148.
- Wicaksono, D. S., Ruhamak, M. D., & Yap, N. (2023). *The Effect Ease of Use and Perceived Risk On Purchasing Decisions On Marketplace Shopee*. 10(2). <https://doi.org/10.21107/jsmb.v10i2.20895>
- Yap, N., Rahmadi, A. N., Ruhamak, M. D., & Ayu, R. G. (2022). *The Effect of After Sales Service on Online Shop Consumer Satisfaction (Survey of Tokopedia and Shopee Consumers at Kadiri University)*. 7(3), 325–332.