

## DAFTAR PUSTAKA

- Alice, R. (2021). Pengaruh Potongan Harga, Iklan, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Shopee. *Benchmark*, 2(1), 81–93. <https://doi.org/10.46821/benchmark.v2i1.224>
- Arikunto, S. (2016). *Manajemen Penelitian* (Cetakan 13). Penerbit Rineka Cipta.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2021). *Survei Jumlah Pengguna Internet Indonesia*. <https://apjii.or.id/Content/Utama/39>. diakses pada tanggal 29 Oktober 2021 Jam 18:14 WIB.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi* (Cetakan 16). Penerbit Rajagrafindo.
- Aynie, R. Q., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2021). Strategi pemasaran *electronic word of mouth* pada *e-commerce* dalam menghadapi era digital 4.0 di Indonesia *Electronic word of mouth marketing strategy on e-commerce in facing the digital era*. *Inovasi*, 17(1), 136–143.
- Daring, K. (2016). *Pengertian Keputusan*. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/keputusan>, diakses pada tanggal 18 Mei 2022 Jam 13:00 WIB.
- Diyagitama, A. A., Sumarsono, H., & Kristiyana, N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Hp Samsung Di Artomoro Cellular. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 58. <https://doi.org/10.24269/iso.v3i1.240>
- Fitriyani, Nur. dan Wahyuningtyas, Y. F. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Maneko Digital. *Jurnal Solusi*, 15.
- Ghazali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete SPSS 25* (Sembilan). Universitas Diponegoro.
- Gloria, F., Jhony, I., Tampi, R. E., Taroreh, H., Ilmu, J., Program, A., & Bisnis, S. A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 86.
- Hasibuan, A. (2018). *Metodologi Penelitian*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/xy6uv>
- Hermawan, S., & Amirullah. (2016). Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif & kualitatif. *Metode Penelitian Bisnis Bandung*, 264.
- IGM, S. (2015a). *Sejarah STEBIS IGM*. [www.Stebisigm.Ac.Id](http://www.Stebisigm.Ac.Id), diakses pada tanggal 9 Juni 2022 Jam 20:33 WIB.
- IGM, S. (2015b). *Visi Misi STEBIS IGM*. [www.Stebisigm.Ac.Id](http://www.Stebisigm.Ac.Id), diakses pada

tanggal 9 Juni 2022 Jam 20:38 WIB.

- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42.  
<https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Penerbit Unitomo Press.
- Ivadah, M. N., & Sharif, O. O. (2021). Pengaruh Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Fashion Pada E-Commerce Shopee *the Influence of Product Review on Purchase Decision Product Fashion Customer in E-Commerce Shopee*. 8(4), 3282–3290.
- Jayani, D. H. (2020). *E-Commerce dengan Pengunjung Situs Tertinggi Kuartal III 2020*. Databoks.  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/20/shopee-e-commerce-dengan-pengunjung-situs-tertinggi-kuartal-iii-2020>, diakses pada tanggal 29 Oktober 2022 Jam 18:14 WIB.
- Kurniawan, A. W. dan Z. P. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif. In <https://kuliahfreddy.files.wordpress.com/2019/04/metode-penelitian-kuantitatif.pdf> (Edisi Pertama, Vol. 4, Issue 4). Penerbit Pandiva Buku.
- Lidwina, A. (2021). *Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia*. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2021/06/04/Penggunaan-e-Commerce-Indonesia-Tertinggi-Di-Dunia>, diakses pada tanggal 13 Oktober 2022 Jam 13:00 WIB.
- M.Sesaria. (2020). *Bab II Kajian Pustaka 2.1, 200(2004)*, 6–25.
- Mulyana, S. (2021). Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 185–195.
- Nasution, S. L., & Limbonong, Christine Herawati Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan Kemudahan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *Journal Ecobisma*, 43–53.
- Nirmala, E., & Musyafa, A. (2017). Modul *E-Commerce S1 Teknik Informatika i S1 Teknik Informatika Universitas Pamulang*. In *Modul E-Commerce*. [www.unpam.ac.id](http://www.unpam.ac.id)
- Pangastuti, J., Sudjiono, S., & Prastiti, E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Counter Wardah Di Borobudur Kediri. *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 2(1), 69. <https://doi.org/10.30737/jimek.v2i1.424>
- Prasetyo, B., & Fazariyawan, E. (2020). Analisa Faktor – Faktor *E-Commerce* dalam membentuk *Customer Satisfaction Millenial* Bukalapak. *Riset & Jurnal Akuntansi*, 4(1), 311–321.  
<https://owner.polgan.ac.id/index.php/owner/article/view/177/111>

- Rahayu, H., Sismanto, A., & Arianto, T. (2020). *The Effect of Prices, Product Reviews, Ease of Use, and Security of Transactions on Purchasing Decisions Online in Shopee*. *Bima Journal (Business, Management, & Accounting Journal)*, 1(1), 34–48. <https://doi.org/10.37638/bima.1.1.34-48>
- Rahayu, S. (2021). Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna *E-Commerce* Tokopedia. *Mbia*, 20(1), 40–50. <https://doi.org/10.33557/mbia.v20i1.1271>
- Rosnaini. (2019). *Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (H. Upu (ed.); Issue May 2017). Penerbit Global RCI.
- Safitri, N. S., & Nani, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distributor Teh Botol Sosro Wilayah Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Perkusi*, 1(1), 56. <https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i1.9980>
- Sari, D. P., & Naruliza, E. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Teh Celup Sariwangi (Studi Kasus di Retail Kota Palembang). *Jemasi: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 15(2), 141–158. <https://doi.org/10.35449/jemasi.v15i2.49>
- Sayadi, M. H. (2020). *BAB 7 - MP - Teknik Pengumpulan Data* (pp. 1–9).
- 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. <http://repository.stei.ac.id/1540/>
- Shopee. (2015). *Sejarah Singkat Shopee*. Shopee Careers, diakses pada tanggal 29 Oktober 2021 Jam 18:37 WIB.
- Shopee. (2019). *Penilaian Produk* . <https://Seller.Shopee.Co.Id/Edu/Article/467/Penilaian-Produk>, diakses pada tanggal 1 Oktober 2021 Jam 21:21 WIB.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi* (F. Sigit (edisi; Pertama). C.V Andi Offset (Penerbit Andi).
- Sudjatmika, F. V. (2017). Pengaruh harga, ulasan produk, kemudahan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.Com. *Agora*, 5(1), 1–7. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/5227>
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Sutopo; Edisi Kedua). Penerbit Alfabeta.
- Sunyoto, D. dan F. E. S. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa* (T. Admojo (edisi Pertama). Penerbit Center for Academic Publishing Service.
- Susilana, R. (2015). Modul Populasi dan Sampel. *Modul Praktikum*, 3–4.
- Tjiptono, F., & Anastasia, D. (2020). *Pemasaran* (F. Tjiptono (edisi; Pertama).

Penerbit C.V Andi Offset.

Ustiawaty, H., & H, J. A. (2017). *Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*  
(Issue April).