

DAFTAR PUSTAKA

Admin. (2022, Agustus 2). *Apa itu Analisis Data : Pengertian, Jenis-Jenis, Fungsi dan Contohnya*. Diambil kembali dari bamai:

<https://bamai.uma.ac.id/2022/08/02/apa-itu-analisis-data-pengertian-jenis-jenis-fungsi-dan-contohnya/>

Advernesia. (2022). *Cara Uji Reliabilitas SPSS Alpha Cronbach's Data Kuesioner*. Diambil kembali dari advernesia:

<https://www.advernesia.com/blog/spss/cara-uji-reliabilitas-spss-alpha-cronbachs-data-kuesioner/>

Alfirdausi Khudaifah, M. N. (2020). Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee di Kabupaten Bekasi. *Jurnal Parameter*, 181-192.

Arman. (2022). Dalam *Introduksi Manajemen Pemasaran : Dasar dan Pengantar Manajemen Pemasaran* (hal. 38). Sumatera Selatan: CV. LD MEDIA .

Digital, I. (2022, Desember 9). *Review Produk : Pengertian, Jenis dan Cara Melakukannya*. Diambil kembali dari sap-express: <https://www.sap-express.id/blog/review-produk-pengertian-jenis-dan-cara-melakukannya/>

- Dihni, V. A. (2022, Juli 19). *10 E-commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2022*. Diambil kembali dari databoks.katadata: - <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/19/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2022>
- Dr.Hj.Dewi Indriani Jusuf, S. (2018). Dalam *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online* (hal. 168). Yogyakarta: CV.ANDI OFFSET.
- Febriyanti, U. B. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shop Bebenito Group Tangerang Selatan . *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 78-95.
- Gunawan Didik, d. (2022). Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing. Padangsidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Gunawan, D. (2022). Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing. Padangsimpuan: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Harjadi Dikdik, d. (2021). Experiental Marketing&Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial. Cirebon: Insania.
- Indriani, J. D. (2018). Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online . Yogyakarta: Andi.
- Kuswanto, V. R. (2020). Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus

Pada Toko Emershop di Tokopedia.com. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium*, 159-172.

Lararenjana, E. (2020, Desember 14). *Purposive Sampling Adalah Teknik Pengambilan Sampel dengan Ciri Khusus, Wajib Tahu*. Diambil kembali dari merdeka: <https://m.merdeka.com/jatim/purposive-sampling-adalah-teknik-pengambilan-sampel-dengan-ciri-khusus-wajib-tahu-klm.html>

Lisdiana, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Secara Online di Online Shop Lazada. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 1356-1367.

Maryam, G. B. (2021). Pengantar Metode Penelitian. Sleman Yogyakarta: PT KANISIUS.

Maryati, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time UNIVERSE STUDIO. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 542-550.

Maulid, R. (2021, Oktober 28). *Teknik Pengolahan Data dengan Implementasikan Uji Validitas*. Diambil kembali dari dqlab: <https://dqlab.id/teknik-pengolahan-data-dengan-implementasikan-uji-validitas>

Meiryani. (2021, Agustus 12). *Memahami Uji F (Uji Simultan) dalam regresi linier*. Diambil kembali dari accounting.binus:

<https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-uji-f-uji-simultan-dalam-regresi-linear/>

Meiryani. (2021, Agustus 06). *Memahami Uji Multikolinearitas Dalam Model Regresi*. Diambil kembali dari accounting.binus:
<https://accounting.binus.ac.id/2021/08/06/memahami-uji-multikolinearitas-dalam-model-regresi/>

Meithiana, I. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Pers.

Mia Anggraini, d. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Aplikasi Shopee Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Semester V UNIVERSITAS NURUL HUDA. *Journal of Economic of Education and Eco-Technopreneurship* , 25-31.

Mulyana, S. (2021). Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian . *Jurnal Daya Saing*, 185-195.

Niar Hikmah, d. (2022). *Dasar-dasar Manajemen (Suatu Pengantar)*. Bandung: MEDIA SAINS INDONESIA.

Nurafny Oktavia, d. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee. *Journal Of Social Science and Character Education*, 28-38.

Nurhadi, M. (2021, Oktober 18). *Apa Itu e-commerce : Pengertian, Jenis, Ciri dan Contohnya*. Diambil kembali dari amp.suara:

<https://www.google.com/amp/s/amp.suara.com/bisnis/2021/10/18/123859/apa-itu-e-commerce-pengertian-jenis-ciri-dan-contohnya>

Nurrahmah Arfatin, d. (2021). Pengantar Statistika I. Bandung: Media Sains Indonesia.

Nursyafitri, G. D. (2022, Maret 16). *Data Sekunder vs Data Primer Kenali Perbedaan Hingga Contoh*. Diambil kembali dari dqqlab.id: <https://dqqlab.id/data-sekunder-vs-data-primer-kenali-perbedaan-hingga-contoh>

Osa, I. N. (2021). Pengaruh Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Fashion Pada E-commerce Shopee. *Agustus*, 3282-3290.

Patrikha, N. L. (2022). Pengaruh Harga dan Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Wanita di Online Marketplace (Studi Kasus Pada Konsumen Di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1635-1642.

Putri, V. K. (2022, Juli 7). *Pengertian Metode Kuantitatif dan Kualitatif dalam Penelitian*. Diambil kembali dari kompas : <https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/skola/read/2022/07/07/100000569/pengertian-metode-kuantitatif-dan-kualitatif-dalam-penelitian>

Riadi, M. (2013, Juni 12). *Pengertian dan Variabel Bauran Pemasaran* . Diambil kembali dari kajianpustaka:

<https://www.kajianpustaka.com/2013/06/pengertian-dan-variabel-bauran-pemasaran.html?m=1>

Riadi, M. (2020, Februari 20). *Kualitas Produk (Pengertian, Manfaat, Dimensi, Perspektif dan Tingkatan)*. Diambil kembali dari kajianpustaka:

<https://www.kajianpustaka.com/2020/02/kualitas-produk-pengertian-manfaat-dimensi-perspektif-dan-tingkatan.html?m=1>

Riduansah. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop (Studi Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia Samarinda. *Jurnal Riset Inossa*, 71-79.

Sari, S. A. (2022). *Gaya Kepemimpinan dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan*. Surabaya: CV.Global Aksara Pers.

Sherly Sherly, d. (2020). *Pemasaran Internasional*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Shopee : Visi dan Misi E-commerce Shopee. (2018, Maret 3). Diambil kembali dari visimisi95:
<https://visimisi95.blogspot.com/2018/03/shopee- visi-dan-misi-e-commerce-shopee.html>

Tengku, F. M. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran : Bauran Pemasaran sebagai Materi pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: MEDIA SAINS INDONESIA.

Terkini, B. (2022, Mei 18). *Profil Perusahaan Shopee sebagai Aplikasi Belanja Online Asia*. Diambil kembali dari kumparan:

<https://www.google.com/amp/s/m.kumparan.com/amp/berita-terkini/profil-perusahaan-shopee-sebagai-aplikasi-belanja-online-asia-1y5jwp8MoSo>

Tri Wibowo Fajar, W. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee (Studi Kasus Pada Brand Manly Clotch di Kota Sukoharjo). *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*, 766-775.

Wahyuni, N. (2014, November 01). *Uji Validitas dan Reliabilitas*. Diambil kembali dari binus: <https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/>

Yenni, A. (2022). Keputusan Pembelian Produk. Padangsidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional.

Yulfita, J. &. (2019). Pengaruh Online Consumer Review dan Rating Terhadap Keputusan Pembelian Online Marketplace (Studi Mahasiswa Universitas Pasir Pengaraian) . 99-106.