

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, I. (2022). *Analisis sentimen pada review produk di marketplace shopee menggunakan naïve bayes classifier* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Jakarta).
- Amstrong dan Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran. Edisi Kesembilan*, Penerjemah: Bambang Sarwiji, (Jakarta: PT Indeks Gramedia, 2003), h.202.
- Antinoja, Scherling, D., 2019. *The effects of e-payment methods on online Purchasing Cancellation*. Jonkoping University. h.1-60
- Apriadi, D., & Saputra, A. Y. (2017). *E-Commerce berbasis marketplace dalam upaya mempersingkat distribusi penjualan hasil pertanian*. Jurnal RESTI (rekayasa sistem dan teknologi informasi), 1(2), 131-136.
- Apriadi, Deni dan Saputra, *E- Commerce berbasis Marketplace dalam upaya mempersingkat Distribusi penjualan hasil pertanian*. Jurnal RESTI Vol. 1 No. 2, (Lubuklinggau: STMIK Bina Nusantara Jaya, 2017) h.3
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, W. (2019). *Pengaruh online customer review dan online customer rating terhadap keputusan pembelian melalui marketplace Shopee.(Studi pada mahasiswa aktif FISIP Undip)*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 8(2), 55-66.
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, W. (2019). *Pengaruh online customer review dan online customer rating terhadap keputusan pembelian melalui marketplace Shopee.(Studi pada mahasiswa aktif FISIP Undip)*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 8(2), 55-66.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur penelitian suatu pendekatan dan praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fatimah, H. N., & Nurtantiono, A. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Aplikasi Shopee)*. Jurnal sinar manajemen, 9(1), 106-113.
- Filieri, R. (2015). *What makes online reviews helpful? A diagnosticity-adoption framework to explain informational and normative influences in e-WOM*. Journal of business research, 68(6), 1261-1270.
- Firmansyah. 2012. *Pengaruh harga, reputasi Vendor, dan Ulasan Produk, Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia (Studi masyarakat Kabupaten Kebumen)*
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. (2015). *Manajemen Pemasaran Edisi Ke-2 Cetakan Ke-6*. Yogyakarta: BPFE.
- Griffin, Ricky W. dan Elbert, Ronal J. 2015. *Business, Alih Bahasa Oleh Zoelkifli Kasip*. Erlangga, Jakarta
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2013). *Partial least squares structural equation modeling: Rigorous applications, better results and higher acceptance*. Long range planning, 46(1-2), 1-12.
- Handayani, H. (2021). *Pengaruh Metode Pembayaran Dan Mudahnya Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Di Zalora Online Shopping*. Ug Journal, 15(4).

- Handayani. 2021. *Pengaruh metode pembayaran dan mudahnya transaksi terhadap keputusan pembelian di zona online shopping*. Manajemen Pemasaran. h.45-60.
- Harahap, I. A. B., & Hidayat, W. (2018). *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian masker wajah mustika ratu (Studi Kasus pada Konsumen Kec. Tembalang Kota Semarang)*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 7(3), 107-115.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2018. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Hesti, N.F., Nurtantiono, A., 2022. *Pengaruh Citra Merek, Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Aplikasi Shopee)*. Jurnal Sinar Manajemen. 9 (1). h.106-113
- Husain. 2015. *Penelitian bisnis dan manajemen menggunakan partial least squares (PLS) dengan smart PLS 3.0*. Modul ajar jurusan manajemen fakultas ekonomi dan bisnis universitas Brawijaya.
- Indriyo Gitosudarmo, 2014, *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta, BPFE-Yogyakarta
- Irawan, C.I. 2020. *Analisis E-Marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Secara Online*. 9 (2). 247-260
- Keller, Kotler. 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12, Jilid 3: Jakarta. Erlangga.
- Keller, Kotler. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi 13 Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran :Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Edisi ke-2, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13, Jilid 2: Jakarta.
- Kredivo. 2023. *Laporan Perilaku Konsumen e-Commerce Indonesia 2023: Pemulihan Ekonomi dan Tren Belanja Pasca Pandemi*.
- Lackermair, G., Kailer, D., & Kanmaz, K. (2013). *Importance of Online Product Reviews from a Consumer's Perspective*, 1(1), 1–5.
- Lovelock, C, dan John Wirtz, 2011. "*Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7*". Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi, R. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Penerbit Salemba Empat.
- Melati, R.S. 2020. *Pengaruh Harga Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Surabaya)*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN). 8 (2), h.882-888.
- Moon, S., Park, Y., & Seog Kim, Y. (2014). *The impact of text product reviews on sales*. European Journal of Marketing, 48(11/12), 2176-2197.
- Mulyana, Sri. 2021. *Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee di Pekanbaru*. Jurnal Daya Saing. 7 (2). h.186-196.
- Noviana, Ika; Samari; Sardanto, Rino. 2022. *Analisis harga online consumer review dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian di aplikasi shopee*. Jurnal ilmu manajemen bisnis. h.10-15.

- Ofela, H., & Agustin, S. (2016). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kebab Kingabi*, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen.
- Ollie. 2008. *Panduan Praktis Mendesain Template Joomla!*. Jakarta: Mediakita.
- Pandey, R., Reddy, L. S., Chaudary, V., Widyawati, V. T., Sin, L. G., Ghazali, M. K. A. B. M., ... & Mohamed, N. A. B. (2021). *Analysis the effect of product quality and price on purchase decision (Case Study of Adidas India, Indonesia, and Malaysia)*. International Journal of Accounting & Finance in Asia Pasific (IJAFAP), 4(1), 71-85.
- Permatasari, A. M. 2017. *Pengaruh Perception of Green Product, Brand Personality dan Perceived Quality Terhadap Minat Beli (Studi Empiris yang Dilakukan PAda Konsumen Produk Naava Green Cabang Yogyakarta)*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Philip Kotler, Gery Armstrong, *prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), h.177.
- Prasetya, H. Y. (2015). *Pengaruh Kegiatan Pemasaran Digital Dan Perilaku Online Konsumen Pada Peningkatan Kesadaran Konsumen dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Via Website (Studi Kasus Pada E-Commerce Website Pt. Campina Ice Cream Industry)* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana).
- Pratiwi, A. 2019. *Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen : studi kasus 212 Mart Cikaret*. Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam. h.150.
- Priansa, D., 2017. *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung: Alfabeta
- Rahayu, R. 2023. *Pengaruh Harga, Ulasan Produk, dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Market Place Shopee*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. 12 (6), h. 1-15.
- Rani, A., Zusmawati. 2023. *Pengaruh Layanan Cash On Delivery (COD) dan Online Costumer Review (OCR) Terhadap Keputusan Pembelian pada (E-Commerce) Shopee di Kota Pariaman*. Economics and Digital Business Review. 4 (1). h.587-596
- Riyanto, S., & Hermawan, A. A. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Saputra, G.W. 2020. *Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian*. 9 (7). 2596-2620
- Sari, P. 2022. *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada butik online shopping di kota Kaimana Papua Barat*. Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis. h.22.
- Sarwono, J dan Narimawati, U. 2015. *Membuat Skripsi, Tesis dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Scherling, D., & Antinoja, R. (2019). *The Effects of E-payment Methods on Online Purchasing Cancellation: An empirical study on Swedish consumers' perception of trust and security in e-payments*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode penelitian untuk bisnis: Pendekatan pengembangan-keahlian*, edisi 6 buku 1.

- Shafa, R., M., dan 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)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. h.1-18
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sudjatmika, F. V. 2017. *Pengaruh Harga Ulasan produk Kemudahan dan Keamanan Terhadap keputusan pembelian secara online di Tokopedia.com*. Jurnal Manajemen Bisnis, 10-15.
- Sugiono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta Bandung.
- Sugiono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis (3rd Ed.)*. CV Alfabeta.
- Suharsimi, A. (2013). *Dasar-dasar evaluasi pendidikan edisi 2*. Jakarta PT Bumi Aksara.
- Sungadji dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Cetakan Pertama*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Susi, A. 2022. *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada butik online shopping di kota Kaimana Papua Barat*. Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis. h.22
- Sutanto, M. A., & Aprianingsih, A. (2016). *The effect of Online consumer review* Tjiptono, F. 2012. *Services marketing ,Marketing management , Manajemen Pemasaran Jasa*. jakarta: Bayumedia Publishing 2013 toward Purchase Intention: A study in premium cosmetic in Indonesia. In Journal International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science (pp. 218-230).
- Tussafinah, H. (2018). *Pengaruh Rating Dan Ulasan, Jaminan 100% Pengembalian Dan Layanan COD atau Bayar di Tempat terhadap Keputusan Pembelian Lazada (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang)*. FEBI-UIN Walisongo.
- Valant, Jana. 2015. *Consumer Protection in the EU : Policy Review*. European Parliamentary Research Service.
- Vania, F. S. 2017. *Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Di Wilayah Jakarta Timur*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya. h.15-18.
- Wang, J., Zhao, W., He, Y., & Li, X. (2015). *Leveraging product adopter information from online reviews for product recommendation*. In Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media (Vol. 9, No. 1, pp. 464-472).
- Widiartanto. 2019. *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis. 8(2). h.1-11.
- Zusmawati, Z., & Rani, A. (2023). *Pengaruh Layanan Cash On Delivery (COD) Dan Online Costumer Review (OCR) Terhadap Keputusan Pembelian Pada (E-Commerce) Shopee di Kota Pariaman*. Economics and Digital Business Review, 4(1), 587-596.