

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfindausi, K., & Marpaung, N. N. (2022). Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Market Place Shopee Di Kabupaten Bekasi. *Jurnal Parameter*, 181-192.
- Ardianto, K. (2020). Pengaruh kepercayaan dan ulasan produk terhadap minat beli emina pada official store shopee di kota surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2.
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aziz, N. (2022). Pengaruh Produk, Metode Pembayaran, kualitas layanan dan Kualitas Situs web terhadap keputusan pembelian E-commerce shopee pada Mahasiswa Universitas Islam Malang. *journal ilmu manajemen*, 30.
- Basu swasta, I. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty: Yogyakarta.
- Buchari, A. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: C.V Alfabeta.
- Collins, J. (2018). *Good to Great*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee di Wilayah Jakarta timur. *Ilmiah Mahasiswa Manajemen UNSURYA* , 15-18.
- Djaali dan Mulyono, P. (2007). *Pengukuran dalam bidang pendidikan*. Jakarta: Grasindo.

- Emzir. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- ghozali. (2016 , 134). *uji hesterokesdasitisisitas manajemen pemasaran*. jakarta: badan penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis MULTivariete dengan program IBM SPSS*. Edisi 8, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Edisi 9, Semarang: Badan penerbit UniversitasDiponegorpo.
- handayani. (2021). pengaruh metode pembayaran dan mudahnya transaksi terhadap keputusan pembelian dizalora online shopping. *manajemen pemasaran*, 45-60.
- Hidayati, N. L. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Surabaya . *Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 77-78.
- I ketut Swarjana, S. M. (2009). *Pupolasi dan Sampel teknik sampling dan bias dalam penelitian*. Jakarta: PT Nasya expanding Manajemen (NEM) 160.
- Irawan, B. s. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty: Yogyakarta.
- Keller, Kotler. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi 13 Jakarta: Erlangga.
- keller, p. k. (2008). *metode penetapan harga manajemen pemasaran*. jakarta : Pt indeks kelompok Gramedia.
- keller, P. k. (2018). *manajemen pemasaran*. jakarta: pt indeks jakarta .
- Kotler & Keller. (2008). *manajemen pemasaran*. jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2007). *Manajemen pemasaran Di Indonesia*. Edisi pertama, Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Dasar dasar pemasaran Jilid I*. Jakarta: Prehalindo.
- Kotler, P., & Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran Jilid i, Edisi 13*. Jakarta: PT Indeks Jakarta.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13, Jilid 2: Jakarta. Erlangga.
- Kotler, Philip; Amstrong, Garry;. (2008). *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Jilid I: Erlangga Jakarta.
- Krisdayanto, I., Haryono. (2018). Analisis pengaruh harga , kualitas pelayanan fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di cafe lina putra net bandungan. *jurnal ilmu manajemen*, 14.
- Kuswanto, & Vikalina, 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.
- Lackermair, G., Kailer, D. & Kanmaz, K. (2013). *Importance of online Product Reivews from a Consumer's Perspective*. 1(1),pp 1-5.
- magdalena, c. (2021). pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di toko pelita jaya. *pemasaran*, 40-45.
- Mefia, R. D. (2021). pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada E-commerce aplikasi shopee (studi kasus pada mahasiswa politeknik harapan bersama). *Jurnal ilmu manajemen*, 10.

- Mulyana, S. (2021). Pengaruh harga dan ulasan produk terhadap keputusan pembelian produk fashion secara online pada shopee di pekanbaru. *Jurnal ilmu manajemen pemasaran*, 15-25.
- Mulyatiningsih, E. (2011). *Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan*. Yogyakarta: Alfabeta.
- Noviana, Ika; Samari; Sardanto, Rino. (2022). analisis harga online consumer review dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian di aplikasi shopee. *Jurnal ilmu manajemen bisnis*, 10-15.
- Pohan, A. (2011). *sistem pembayaran strategi dan implementasi Di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Pramono, A., Eldine, A., & Muniroh, L. (2020). Pengaruh Harga, Ulasan dan Tampilan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 421- 432.
- Pratama, Y. (2019). analisis penentu keputusan pembelian konsumen terhadap produk online pada masyarakat jabodetabek. *Jurnal Pemasaran*, 30.
- Pratiwi, A. (2019). pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen : studi kasus 212 Mart Cikaret. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 150.
- Saipul, r. (No.2 Tahun 2022). faktor-faktor yang mempengaruhi pembayaran pada e-commerce. *jurnal ilmu keuangan dan perbankan* , 138-154.
- Sangadji dan Sopiah . (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.



- Santoso, S. (2014). *Statistik Multivariat Edisi Revisi*. Jakarta: Elex Media komputindo.
- Sari, D. P., Lusiah, & Sipur. (2022). Pengaruh Ulasan Produk Kepercayaan Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Market Place Aplikasi Shopee. *Jurnal Publikasi Riset Bersama Dosen Dan Mahasiswa*, 1-9.
- 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*, 22.
- Shafa, P. M., & Hariyanto, J. (2020). pengaruh harga ulasan produk dan metode pembayaran terhadap keputusan pembelian dalam berbelanja online melalui aplikasi shopee. *jurnal manajemen pemasaran*, 34.
- Sharif, O. O. (2021). pengaruh ulasan produk terhadap keputusan pembelian konsumen produk fashion pada e-commerce shopee. *Jurnal ilmu manajemen*, 3282.
- Sudjatkika, F. V. (2017). Pengaruh Harga Ulasan produk Kemudahan dan Keamanan Terhadap keputusan pembelian secara online di Tokopedia.com. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10-15.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Edisi CET 1; Bandung: Alfabeta.

- Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen : Konsep Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Swasta, B. Dan Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty: Yogyakarta.
- Syarifah, A. (2020). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Billionaire Bandung. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 2-8.
- Tjiptono. (2008). *Metode Penetapan harga, konsep, pengukuran dan Strategi pemasaran*. Jakarta: CV Andi Offset 2012.
- Tjiptono, F. (1995). *Pemasaran, penjualan, manajemen pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset .
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi III Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2012). *services marketing ,Marketing management , Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Bayumedia Publishing 2013.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tussafinah, H. (2018). pengaruh rating dan ulasan produk , jaminan 100% pengembalian layanan COD atau bayar ditempat terhadap keputusan pembelian lazada. *jurnal ekonomi dan bisnis*, 45.
- W.J Stanton. (2008). *Prinsip Pemasaran, Jilid I*. Jakarta: Erlangga Jakarta.
- Wati, N. (2020). analisis pengaruh harga, kualitas produk dan marketing online terhadap keputusan pembelian pakaian anak pada zahra baby shop. *manajemen pemasaran*, 1-16.
- Zuhria Nuzul. (2009). *Metodologi Penelitian Sosial Pendidikan Teori - Aplikasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.