

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, H. R. I. (2021). *Pengantar metodologi penelitian*. SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Adhitya, W. R. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Online Mahasiswa Di Kota Medan Pada Aplikasi Shopee. *Accumulated Journal (Accounting and Management Research Edition)*, 3(2), 142-161.
- Afandi. 2018. *Administrasi Publik Untuk Pelayanan Publik*. Bandung: ALFABETA.
- Ahdiat, Adi.2023."5 E-Commerce Dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal IV 2022". <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/31/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-iv-2022> diakses pada tanggal 17 Maret 2023
- Ahdiat, Adi.2022."Pertumbuhan Pengunjung Shopee Sampai Kuartal II 2022". , <https://databoks.katadata.co.id> diakses pada 7 Maret 2023.
- Akbar, A. (2015). Indikator Harga, Promosi, Dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Pemasaran*, 3(01), 65-75.
- Alfirdausi, K., & Marpaung, N. N. (2022). Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee di Kabupaten Bekasi. *Parameter*, 7(1), 181-192.
- Andini, Kyvna Novia. 2021. Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Online Platform E-Commerce Shopee. Skripsi (Politeknik Harapan Bersama)
- Ardane, N., Wijaya, N. M. S., & Dewi, L. G. L. K. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan pada Scoot Fast Cruises di Bali. *Jurnal IPTA p-ISSN*, 5(1), 2017.
- Arum, D., & Khoirunnisa, R. N. (2021). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Psikologi Pengguna E-Commerce Shopee. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(9), 92-102.
- Aziz, Abdul. 2020. *Manajemen Produk Efektif dan Efisiensi Produk*. Semarang: Eureka Media Aksara.
- Azizah, Laeli Nur.2021."Pendiri Shopee dan Kisah Perjalanan Karirnya".Gramedia Blog. <https://www.gramedia.com/literasi/pendiri-shopee/>
- Bayu, Dimas. 2022. "Pengguna Internet Indonesia Tembus 210 Juta Pada 2022", <https://dataindonesia.id/digital/detail/>, diakses pada 23 Oktober 2022 pukul 20.11
- Buchari, Alma. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: ALFABETA.
- Cornelia, C. (2021). *Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Idol Kpop Sebagai Brand Ambassador Tokopedia Terhadap Keputusan Pembelian* (Doctoral dissertation, Universitas Widya Kartika).
- Daniar Paramita, R. W., Rizal, N., & Sulistyana, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 3*.
- Elmayanti, Adelia et. all. 2023. Fenomena Perilaku Belanja Online Sebagai Alternatif Pilihan Konsumsi Di Kalangan Remaja. *Jurnal Dinamika Sosial*, 25(2),296-304.
- Firmansyah, Anang. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning dan Strategy)*. Pasuruan: Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis multivariate dengan program*

- IBM SPSS 23 (Edisi 8). *Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*, 96.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37-44.
- Gulo, T., Suryati, L., & Ginting, R. S. I. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Fa. Banang Jaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(3), 545-558.
- Hamida, I. A., & Amron, A. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Menggunakan Layanan Pesan-Antar Shopee Food (Studi Pada Pengguna Shopee Food Di Kota Semarang). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 25(1), 33-42.
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Berlian Multitama Di Jakarta. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 21(1), 31-38.
- Harmayani. Durahman Marpaung. 2020. *E-Commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Haryanti, T. (2020). Service Catalog Management dan Service Level Management pada Layanan E-commerce (Studi Kasus: E-commerce Universitas). *Computing Insight*, 2(2).
- Hartono, K. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Mcdonald's Basuki Rahmat Surabaya. *CALYPTRA*, 2(2), 1-20.
- Hermawan. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hidayat, T. (2020). Analisis pengaruh produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 109-119.
- Hidayatullah, M. S., & Tuti, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Media Sosial Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Di Kfc Kota Bogor. *Culinaria*, 4(1).
- 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.
- Imam, G. (2016). *Pengantar Statistika Inferensial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ismanto, Juli. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Tangerang Selatan: Unpass Press.
- Isparwati, Rini. 2020. *Sejarah dan Profil Perusahaan Shopee: Kapan Berdiri, CEO, Alamat Kantor*. , <https://riniisparwati.com/profil-perusahaan-shopee/> diakses pada 29 September 2023 pukul 14.53 WIB,
- Kasmir. 2016. *Keunggulan Layanan Pelanggan: Teori dan Praktek*. Edisi 1. Jakarta: Kharimas Putra Utama Offset.
- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Keller dan Swamination. 2020. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New York: Pearson.
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2014. *Principles of Marketing*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2019. *Principles of Marketing*. Edisi 17. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip et. all. 2016. A Framework For Marketing Management. Edisi 6. New York City: Pearson.
- Kuswanto, H. (2021). Faktor Keputusan Pembelian Konsumen Berdasarkan Citra Merek, Persepsi Waktu, dan Layanan Purna Jual di Trading Company PTA (Kajian Studi Literatur Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2(2), 957-966.
- Lackermair, G., Kailer, D., & Kanmaz, K. (2013). Importance of online product reviews from a consumer's perspective. *Advances in economics and business*, 1(1), 1-5.
- Laksana, Muhibudin Wijaya. 2019. Praktis Memahami Manajemen Pemasaran. Depok: Khalifah Mediatama.
- Laksono, A. W., & Suryadi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Benu Di Kota Malang. *Holistic Journal of Management Research*, 3(1), 8-16.
- Lee, E. J., & Shin, S. Y. (2014). When do consumers buy online product reviews? Effects of review quality, product type, and reviewer's photo. *Computers in human behavior*, 31, 356-366.
- Lestari, S. (2020). Analisis konstruk fashion involvement remaja pada masa pandemi covid-19. *Personifikasi: Jurnal Ilmu Psikologi*, 11(2), 128-145.
- Linardi, Ricky. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bisnis Online*. 7(1), 5.
- Listiani, N. M. (2014). Pengaruh kreativitas dan motivasi terhadap hasil belajar mata pelajaran produktif pemasaran pada siswa kelas XI SMK Negeri 2 Tuban. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 2(2), 263-275.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi. Jakarta: Salemba Empat.
- Mangkunegara, A.A. Prabu. 2019. Perilaku Konsumen. Bandung: Refika Aditama.
- Marbun, H. P. (2021). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Mahasiswa Manajemen Universitas Medan Area pada Aplikasi Shopee* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Marlina, S., & Syamsuar, G. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta)*.
- Maulana, H. A., & Asra, Y. (2019). Analisa Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce oleh Generasi Z di Daerah Pedesaan. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 7(2), 162-165.
- Meidi, N. P., Setyariningsih, E., & Utami, B. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(11), 2937-2952.
- Melinda, M., Lesawengen, L., & Waani, F. J. (2022). Perilaku Konsumtif Dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa Toraja Di Universitas Sam Ratulangi Manado). *JURNAL ILMIAH SOCIETY*, 2(1).
- Metzger, M. J., & Flanagin, A. J. (2013). Credibility and trust of

- information in online environments: The use of cognitive heuristics. *Journal of pragmatics*, 59, 210-220.
- Mujahid, A. (2016). Labelisasi Halal, Harga Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Wardah. *JURNAL EKONOMI*, 6(2).
- Mukarom, Zaenal dan Muhibudin Wijaya Laksana. 2018. Manajemen Pelayanan Publik. Bandung: CV Pusta Setia.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019, October). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart Di Kota Medan. *Jurnal Kwirusaha*, 1(1), 194-199.
- Naufal, A. R., & Magnadi, R. H. (2017). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rahma Rahmi Collection). *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 197-205.
- Novitasari, Q. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Online Melalui E-Commerce Shopee (Studi pada Mahasiswa S1 FEB UNS Surakarta).
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 4(2).
- Nurhayati, N. (2017). Belanja “Online” Sebagai Cara Belanja Di Kalangan Mahasiswa (Studi Kajian Budaya Di Universitas Malikussaleh, Lhokseumawe, Aceh). *Aceh Anthropological Journal*, 1(2), 1-22.
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 4(2).
- Nuriadin, A., dan Harumike, Y. D. N. (2021). Sejarah Perkembangan Dan Implikasi Internet Pada Media Massa Dan Kehidupan Masyarakat. *SELASAR KPI: Referensi Media Komunikasi Dan Dakwah*, 1(1), 1-25.
- Nuryadi, N. and Astuti, T.D., 2018. *Dasar-dasar statistika penelitian*. Yogyakarta: Sibuku Media.
- Oktara, D. A. (2019). “Implementasi User Management pada Laboratorium dengan Primary Domain Controller Linux”, *Journal of Applied Informatics and Computing*, 8(2).
- Pandya, M., & Dholakia, A. (2021). Upselling Strategy: A Review. *Journal of Higher Education*, 13(1), 157-168.
- Pasi, L. N. K., & Sudaryanto, B. (2021). Analisis Pengaruh Online Customer Reviews dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Shopee di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(4).
- Pramesti, G., Azizah, A., Purnamasari, E., Sulistiyani, E., & Widyanti, D. V. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Wallet Shopeepay Dan Promosi Cashback Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Bangun Rekaprima: Majalah Ilmiah Pengembangan Rekayasa, Sosial dan Humaniora*, 9(1, April), 35-42.
- Pratama, A. B., & Saino, S. (2021). Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen*, 13(4), 630-637.
- Pratiwi, C., Ratnaningtyas, A., & Adhandayani, A. (2022). Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Ditinjau Dari Motivasi Emosional Konsumen Dewasa Awal. *Jurnal Psikologi: Media Ilmiah Psikologi*, 20(2).
- Pratiwi, Y. D., Hidayati, N., & Purnomo, R. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Memilih Produk Roti Di Ukm Roti Aisyah Pejogol. *Delta: Jurnal Ilmiah Pendidikan*

Matematika, 9(1), 125-134.

Rahayu, I. T., Yulinda, A. T., Armelinda, R., & Putri, Q. W. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara Online Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Bengkulu), 1(1), 194-199.

Ristiyanti, R., & Murdo, Y. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Pada Toko Online Di Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 26(1), 99-108.

Romindo et. all. 2019. *E-Commerce: Implementasi, Strategi, dan Inovasinya*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Rusydi. 2017. *Manajemen pemasaran*. Bandung: ALFABETA.

Sandi, F. (2022). *Dampak Pembelian Online di Shopee Dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic di Kota Palopo* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALOPO).

Sangadji, Eta Mamang. 2016. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: ANDI.

Santosa, B., Satrio, R. T., Abipradja, J., & Putri, D. S. (2016). Pengembangan Order Management System untuk Mendukung Perbaikan Proses Bisnis Pengelolaan Pemesanan Jasa Inbound dan Outbound Gudang Disertai Audit System Development Life Cycle Guna Menanggulangi Risiko Pengembangan Sistem. *Jurnal Rekayasa Sistem & Industri (JRSI)*, 1(01), 121-128.

Sari, C. A. (2015). *Perilaku berbelanja online di kalangan mahasiswi antropologi Universitas Airlangga* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS AIRLANGGA). 4(2), 205-216.

Sari, R. M., & Prihartono, P. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(3), 1171-1184.

Sarwono, J. (2006). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*.

Setiadi. 2016. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Perdana.

Shohibullana. 2013. Kematangan Emosi dengan Perilaku Konsumtif Pada Pria Metroseksual. *Jurnal Online Psikologi*, 1(2), 211-226.

Shopee. 2023. "Memahami Kategori Produk". Pusat Edukasi Penual. <https://seller.shopee.co.id/>

Shopee. "Shopee Adalah Platform Belanja Online Terdepan Di Asia Tenggara dan Taiwan". Shopee Careers. <https://careers.shopee.co.id/about>, diakses pada 28 September 2023 pukul 15.30 WIB.

Shopee. "Apa Syarat Ketentuan Berbelanja dengan Spaylater". Shopee Help. <https://help.shopee.co.id/s/article/Apa-syarat-ketentuan-berbelanja-dengan-ShopeePayLater>, diakses pada 28 September 2023 pukul 16.08 WIB.

Shopee, "Apa Itu Opsi Pembayaran Cod (Bayar di Tempat)", Shopee Help, <https://help.shopee.co.id/s/article/Apa-itu-opsi-pembayaran-COD-Cash-on-Delivery>, diakses pada 28 September 2023 pukul 16.14 WIB

Shopee, "Apa Syarat Ketentuan Berbelanja Dengan Spaylater", Shopee Help, <https://help.shopee.co.id/s/article/Apa-syarat-ketentuan-berbelanja-dengan-ShopeePayLater>, diakses pada 28 September 2023 pukul 16.11 WIB

¹Shopee, "Apa itu Transfer Koin di Chat?", <https://help.shopee.co.id/s/article/Apa-itu-Transfer-Koin-di-chat>, diakses pada 28 September 2023 pukul 16.21 WIB

Shopee, "Kategori", <https://shopee.co.id/>, diakses pada 28 September 2023 pukul 16.24 WIB.

Sitorus, Onny Fitriana dan Novelia Utami.2017. Strategi Promosi Pemasaran. Jakarta: UHAMKA.

Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. literasi media publishing.

Sugiyono, P. (2013). Metodologi penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. *Alpabeta, Bandung*, 8.

Sujarweni, V. W. (2015). SPSS untuk Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Sukendra, I. K., & Atmaja, I. (2020). Instrumen Penelitian.

Sundari, Y. (2017). Analisis faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian minyak goreng bimoli di pasar swalayan Kabupaten Wonogiri. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 15(1).

Syahditar, Nanda.2022. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace Shopee. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Keuangan*, 3(1), 44-59.

Susanto, R., & Pangesti, I. (2021). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat kampung cilangkap kota depok dalam pengambilan keputusan pembelian di online shop. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 8(2), 182-189.

Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. 2016. Brand Management and Strategy. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. 2017. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Gramedia.

Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Edisi 1. Yogyakarta: ANDI.

Tjiptono, Fandy. 2020. Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan. Yogyakarta: ANDI.

Tjiptono, Fandy. 2015. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: ANDI.

Tjiptono, Fandy. 2013. Manajemen Pelayanan Jasa. Yogyakarta: ANDI.

Tooy, S. M. (2015). Analisis perbedaan perilaku impulse buying konsumen laki-laki dan perempuan berdasarkan proses afektif dan kognitif. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 3(2).

Ulinuha, A., & Irawan, Y. (2013). Content Management System (CMS) Untuk Tes Online Mahasiswa Baru Pada Universitas Muria Kudus. *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro dan Ilmu Komputer*, 4(1), 11-19.

Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-b* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).

Wibowo, F. T., & Wijastuti, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi Kasus Pada Brand Manly Cloth di Kota Sukoharjo). *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*, 9(4), 766-775.

Wiguna, E. S., & Nurmahdi, A. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan,

Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Indikator*, 4(1), 353547.

Wulandari, R. 2018. Analisis Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Jalan Agus Salim M170 Kota Kediri Analysis Of Promotional Pricing And Quality Of Service To Purchase Decisions On Alfamart Agus Salim M170 City.

Yanto, Arwan Lasmeri.2019. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.Skripsi.

Yoeliastuti, Y., Darlin, E., & Sugiyanto, E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Penjualan Online Shopee. *Jurnal Lentera Bisnis*, 10(2), 212-223.

Yogatama, W. (2020). Faktor-Faktor yang Dipertimbangkan dalam Pembelian Kopi Bubuk Instan di Kota Semarang. *Jurnal Agribisnis*, 22(2).

Zagoto, Y., & Taryo, T. (2022). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Tangerang Selatan. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 21-29.

Zainah, S., Hamzah, M. L., Rozanda, N. E., & Salisah, F. N. (2023). Analisis Kualitas Layanan E-Commerce Shopee Menggunakan Metode E-Servqual dan Kano. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi)*, 10(2), 316-328.