

DAFTAR PUSTAKA

- Alfirdausi, Khudaifah, dan Netti Natarida Marpaung. 2022. "Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee di Kabupaten Bekasi." *Parameter* 7 (1): 181–92. <https://doi.org/10.37751/parameter.v7i1.196>.
- Amelia, Regina Dwi, Michael, dan Muhammad Rachman Mulyandi. 2021. "Analisis Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Kecantikan." *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi* 2 (2): 274–80.
- Annur, Cindy Mutia. t.t. "Pengguna Internet Di Indonesia Tembus 213 Juta Orang Hingga Awal 2023 | Databoks." Diakses 25 September 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>.
- Arfah, Yenni. 2022. *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Aripin, Zaenal. 2021. *Marketing Management*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ayesha, Ivonne, I Wayan Adi Pratama, Syahril Hasan, Amaliyah, Nur Ika Effendi, Tri Yusnanto, Ni Desak Made SANTI Diwyarthi, dkk. 2022. *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. Disunting oleh Riyanto Wujarson. Sumatera Barat: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Ayunda, Anju, Lu'liyatul Mutmainah, dan Nurul Huda. 2019. "Analisis terhadap Perilaku Konsumen produk Fashion Muslim." *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)* 3 (2). <https://doi.org/10.33476/jeba.v3i2.962>.
- Brestilliani, Lelly. 2020. "Pengaruh Brand Awareness, Brand Ambassador, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Stiesia)." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 9.
- Cahyono, Yuli Tri, dan Indah Dwi Wibawani. 2021. "Pengaruh Harga, Online Customer Review, dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee, Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta." *Seminar Nasional & Call For Paper Hubisintek 2021*.
- "Daftar Produk Terlaris di Shopee, Tokopedia, Blibli hingga Lazada - E-commerce Katadata.co.id." t.t. Diakses 23 Desember 2023. <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/6423b0483404e/daftar-produk-terlaris-di-Shopee-tokopedia-blibli-hingga-lazada>.

- Duryadi. 2021. *METODE PENELITIAN ILMIAH Metode Penelitian Empiris model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.
- Fauzan, Muhammad Irsyad, dan Sujana. 2022. “Pengaruh Kelengkapan Fitur Aplikasi, Kemudahan Transaksi, Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Pada Aplikasi TIX ID.” *Jurnal Informatika Kesatuan* 2 (1): 1–14. <https://doi.org/10.37641/jikes.v2i1.1377>.
- Fauzi, Ahmad, Baiatun Nisa, Darmawan Napitupulu, Fitri Abdillah, Utama AA Gde Satia, Candra Zonyfar, Rini Nuraini, dkk. 2022. *Metodologi Penelitian*. Banyumas: Pena Persada.
- Firmansyah, M. Anang. 2018. *PERILAKU KONSUMEN (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hamid, Rahmad Solling, dan Suhardi M Anwar. 2019. *STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM) BERBASIS VARIAN: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis*. Jakarta: PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Handayani, Fitri, Madona Khairunisa, dan Syamsudin Muir. 2022. “Pengaruh Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa di Marketplace Shopee.” *Journal of Sharia and Law* 1 (1): 51–60.
- Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Ria Rahmatul Istiqomah, Roushandy Asri Fardani, Dhika Juliana Sukmana, dan Nur Hikmatul Auliya. 2020. *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Hidayati, Nur Laili. 2018. “Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews dan harga terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Surabaya.” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 06.
- Hilmawan, Ipan. 2019. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening(Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Vario Di Kota Serang).” *Rekaman : Riset Ekonomi Bidang Akuntansi Dan Manajemen* 3 (3): 154–66.
- Ilmiyah, Khafidatul, dan Indra Krishernawan. t.t. “Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee Di Mojokerto.” Diakses 28 September 2023. <https://mail.maker.ac.id/index.php/maker/article/view/143/133>.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.

- Istiqomah, Lailatul, dan Usman Usman. 2021. "Pengaruh Online Customer Review , Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Terhadap Mahasiswa Pengguna Platform Pasar Online)." *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis* 1 (1): 76–88. <https://doi.org/10.55606/jaem.v1i1.163>.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. 2019. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.
- Martini, Luh Kadek Budi, Ejasa Sembiring, dan Frandy Paulus. 2022. "Customer Online Customer Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Modelia Fashion Pada Marketplace Tokopedia Jakarta." *Journal of Applied Management and Accounting Science* 4 (1): 15–24. <https://doi.org/10.51713/jamas.v4i1.67>.
- Masputra, Muhammad Alma'ruf, Muhamad Wahyu Alfian, dan Lilla Rahmawati. 2023. "Pengaruh E-Trust Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater Bandar Lampung." *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya* 1 (0): 294–301.
- Mayangsari, dan Siti Aminah. 2022. "Pengaruh Penilaian Produk, Promosi Dan Layanan COD (Bayar Di Tempat) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Sidoarjo." *Ekonomis: Journal of Economics and Business* 6 (2): 498–505. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i2.592>.
- Mediatama, Grahanusa. 2023. "Tren Belanja di Shopee Big Ramadan Sale, Ini Produk yang jadi Buruan." [kontan.co.id](https://momsmoney.kontan.co.id/news/tren-belanja-di-shopee-big-ramadan-sale-ini-produk-yang-jadi-buruan). 11 April 2023. <https://momsmoney.kontan.co.id/news/tren-belanja-di-shopee-big-ramadan-sale-ini-produk-yang-jadi-buruan>.
- Melati, Riska Sari. 2020. "Pengaruh Harga Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pda Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Surabaya)." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 8 (2). <https://doi.org/10.26740/jptn.v8n2.p0p>.
- "Memahami Predictive Relevance (Q2) dalam Smart PLS dalam Penelitian Ilmiah." t.t. Diakses 11 Juni 2024. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-predictive-relevance-q2-dalam-smart-pls-dalam-penelitian-ilmiah/>.
- Mita, Fransisca Desiana Pranatasari, dan Kristia. 2021. "Analisis Pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan, dan Ulasan Konsumen Daring Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee." *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* 4 (4): 548–57.

- Mochtar, Milly Millenia Istiqomah, Silvya L. Mandey, dan Jessy J. Pondaag. 2022. "Pengaruh Media Sosial, Metode Pembayaran, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Makanan dan Minuman di Cinema Xxi Manado Town Square" 10 (4).
- Mokodompit, Hana Yoflike, S. L. H. V Joyce Lopian, dan Ferdy Roring. 2022. "Pengaruh Online Customer Rating, Sistem Pembayaran Cash On Delivery dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di Tiktok Shop (Studi pada Mahasiswa dan Alumni Equil Choir Feb Unsrat)." *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 10 (3): 975. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43393>.
- Mufid Suryani, Nida Nusaibatul Adawiyah, dan Erlin Beliya Syahputri. 2022. "Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Sociolla Pada Masa Pandemi Covid-19." *Formosa Journal of Multidisciplinary Research* 1 (1): 49–74. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i1.416>.
- Nafilah, Khoiriatun, Agus Widarko, dan M. Khoirul Abs. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Study Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang Yang Mengonsumsi Mie Instan)." *E-JRM : Elektronik Jurnal Riset Manajemen* 8 (16). <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/4464>.
- Nasution, Asrizal Efendy, dan Muhammad Taufik Lesmana. 2018. "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Alfamart di Kota Medan)." *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia* 1.
- Ngadimen, Ahmad Nurrokhim, dan Emy Widyastuti. 2021. "Pengaruh Social Media Marketing, Online Customer Review, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee Di Masa Pandemi Covid-19 Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening." *Journal of Management and Digital Business* 1 (2): 122–34. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v1i2.134>.
- Noviyanti, Iis, Denok Sunarsi, dan Hadion Wijoyo. 2021. "Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Cipondoh." *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology* 4 (1): 43–54. <https://doi.org/10.32500/jematech.v4i1.1447>.
- Nurmaningsih. 2023. "Pengaruh Harga, Online Customer Review, Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 3 (3): 6701–9. <https://doi.org/10.31004/innovative.v3i3.2906>.

- Nurnaningsi, Bahari, dan Budiyanto Budiyanto. 2022. "Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Instan Merek Kopi Tolaki Di Kota Kendari." *Jurnal Sosio Agribisnis* 7 (1): 1–10.
- Pasi, Livia Nita Karina, dan Budi Sudaryanto. 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). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/32369>.
- Pauzi, Muhamad Riski, Hadita Hadita, dan Dovina Dovina. 2023. "Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Intervening Minat Beli Voucher Game Valorant (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)." *JURNAL ECONOMINA* 2 (9): 2453–81. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.827>.
- "Pengunjung Shopee dan Blibli Naik pada Kuartal II 2023, E-Commerce Lain Turun." t.t. Diakses 28 Oktober 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/07/pengunjung-shopee-dan-blibli-naik-pada-kuartal-ii-2023-e-commerce-lain-turun>.
- Pratiwi, Afrida, Dedi Junaedi, dan Agung Prasetyo. 2020. "Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 1 (2): 150–60. <https://doi.org/10.47467/elmal.v1i2.473>.
- Pratiwi, Bintang Mega, dan Mahfudz. 2021. "Pengaruh Dukungan Selebriti, Konten Iklan, dan Ulasan Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian dengan Minat Beli Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi pada Platform Instagram di Provinsi Jawa Tengah)." *Diponegoro Journal of Management* 10 (6). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/32421>.
- Puspita, Dita Feby, Cicik Harini, dan Dyah Kirana Jalantina. 2022. "Pengaruh Online Customer Review dan Harga Terhadap Keputusan Pmebelian di Shopee dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus di Kota semarang)." *Journal of Management* 8 (2). <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/1939>.
- Putra, Hendra Laksana, dan Atik Lusia. 2023. "Pengaruh Desain Produk, Gaya Hidup, Kepercayaan Merek Dan Pengalaman Pengguna Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda PCX Di Kota Klaten" 1 (Juni). <https://doi.org/>: <https://doi.org/10.59061/masip.v1i2.213>.
- Putri, Desita Pramudianti Eka, Dewi Ayu Rismawati, Mukti Sri Lestari, Ninda Pravitasari, Peni Saputri, Roi Wahyudi, dan Yeni Rahmawati. 2023a.

- “Pengaruh Harga, Promosi, Ulasan Produk, Dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace TikTok Shop” 7 (1).
- . 2023b. “Pengaruh Harga, Promosi, Ulasan Produk, Dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace TikTok Shop.” *Academica : Journal of Multidisciplinary Studies* 7 (1): 67–92. <https://doi.org/10.22515/academica.v7i1.7400>.
- Rajagukguk, Ranto. t.t. “Shopee Tetap Menjadi E-commerce No. 1, Jauh di Atas TikTok Shop.” Diakses 28 Oktober 2023. <https://www.marketeers.com/Shopee-tetap-menjadi-e-commerce-no-1-jauh-di-atas-tiktok-shop/>.
- Ramadhani, Annisa Nur, Muhammad Iqbal Fasa, dan Suharto Suharto. 2022. “Analisis Metode Pembayaran Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce: Tinjauan Perspektif Ekonomi Islam.” *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika* 15 (1): 111–19. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v15i1.127>.
- Restuti, Nunik, dan Marlina Kurnia. 2022. “Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan Transaksi, Kualitas Informasi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Secara Online Pada Marketplace Shopee.” *Borobudur Management Review* 2 (1).
- Riyanto, Slamet, dan Aglis Andhita Hatmawan. 2020. *METODE RISET PENELITIAN KUANTITATIF Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Rozi, Iffa Ainur. 2021. “Pengaruh Harga, Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee.” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 10.
- Rusdiana, Listia Duanty. 2023. “Pengaruh Metode Pembayaran PayLater dan Cash On Delivery (COD) Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee (Studi Kasus: Mahasiswa Ekonomi islam Universitas Jambi Angkatan 2018-2022).”
- Sahir, Syafrida Hafni. 2021. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: KBM Indonesia.
- Sakinah, Nur, dan Fani Firmansyah. 2021. “Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian dengan Purchase Intention Sebagai Variabel Intervening.” *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 22 (2): 192–202. <https://doi.org/10.30596/jimb.v22i2.7100>.
- Sari, Rahmatika. 2021. “Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce Di Indonesia.” *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi* 7 (1): 44–57. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v7i1.2058>.

- “Sistem Pembayaran & Pengelolaan Uang Rupiah.” t.t. Diakses 28 Oktober 2023.
<https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/default.aspx>.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suryani, Hendryadi. 2015. *METODE RISET KUANTITATIF Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. 1 ed. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Syafulloh, Dede, Suwignyo Widagdo, dan Saiful Amin. 2021. “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening.” *JMBI: Jurnal Manajemen Bisnis Dan Informatika* 2 (2): 24–37.
<https://doi.org/10.31967/prodimanajemen.v2i2.548>.
- “Tentang Shopee - Karir | Shopee Indonesia.” t.t. Diakses 17 Mei 2024.
<https://careers.Shopee.co.id/about>.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Perspektif Manajemen & Pemasaran Kontemporer*. 1 ed. Yogyakarta: ANDI.
- Umma, Naritsul, dan Rifda Nabila. 2023. “Pengaruh Online Customer Review, Citra Merek Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Marketplace Shopee Generasi Z).” *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah* 10 (1): 30–47.
<https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v10i1.8407>.
- Utami, Indah. 2017. *PERILAKU KONSUMEN Analisis Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian*. Surakarta: CV Pustaka Bengawan.
- Yusnita, M. 2010. *Pola Perilaku Konsumen dan Produsen*. Disunting oleh Yuli. Semarang: ALPRIN.
- Yustiani, Rini, dan Rio Yunanto. 2017. “Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi.” *Komputa : Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika* 6 (2): 43–48. <https://doi.org/10.34010/komputa.v6i2.2476>.