

## DAFTAR PUSTAKA

- Ansori, Muslich dan Sri Iswati. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2*. Surabaya. Airlangga University Press.
- Buchari, Alma. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. CV. Alfabeta.
- Dedhy Pradana, S. H. (2017). *Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor*. Kinerja, 18.
- Firmansyah, (2012) *Pengaruh Harga, Reputasi Vendor, dan Ulasan Produk, Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia (Studi MAsyarakat Kabupaten Kebumen)*
- Firmansyah, Anang. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta. CV.Budi Utama.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginee Indonesia. (2021). *Jumlah Pengguna Aktif Marketplace Indonesia from: <https://ginee.com/id/insights/jumlah-pengguna-marketplace-android/>*
- Goyette, et.al. (2010). *e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context. Journal of Administrative Sciences*.
- Homami Rahayu, Adi Sismanto dan Tezar Arianto. (2020). *Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen)*.
- Iwantono, Sutrisno. (2002). *Kiat Sukses Berwirausaha Strategi Baru Mengelola Usaha Kecil dan Menengah*. Jakarta. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Ismail Ishak. (2012). *Analisis Kepuasan Pelanggan dalam Belanja Online: Sebuah Studi Tentang Penyebab (Antecedents) dan Konsekuensi (Consequents)*. Jurnal Siasat Bisnis, Vol. 16 No.2.

- Jajak Pendapat. (2021).. Riset dari Jajak Pendapat *Special Report* Edisi Semester I-2021: Indonesia *e-Commerce Trends* 2021.
- Khafidatul Ilmiyah dan Indra Krishernawan. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee Di Mojokerto.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2012). Manajemen Pemasaran, Edisi Dua Belas, Jilid 2. Alih Bahasa: Bob Sabran, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi XII. Jilid 1. Jakarta. Erlangga.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1. Jakarta. Erlangga.
- Korina Tasya Kamila, Suharyono dan Inggang Perwangsa Nuralam. (2019). Pengaruh *Online Consumer Review* Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Universitas Brawijaya TA 2015/2016 – 2018/2019 yang Pernah Membeli dan Menggunakan *Xiaomi Smartphone*).
- Lackermair, G, D. Kailer and K, Kanmaz, (2013), *Importance Of Online Product Reviews From A Consumer's Perspective*, 1(1), pp.1-5.
- Malau, Harman. (2017). Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global. Bandung. Alfabeta.
- Manullang, Marihot dan Manuntun Pakpahan, (2014). Metodologi Penelitian Proses Penelitian Praktis. Bandung: Cita Pustaka Media.
- M. Manullang & Esterlina Hutabarat. (2016). Manajemen Pemasaran dalam Kompetisi Global. Yogyakarta. Indomedika Pustaka.
- Nasution, H. F. (2018). Pengaruh Kemudahan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Secara *Online* (Studi Kasus Mahasiswa Belanja Online Pada FEBI IAIN Padangsidimpuan). *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, 4(1), 26-39
- Peter, J Paul and Jerry C Olson. (2013). Perilaku Konsumen dan Strategi. Pemasaran. Jakarta: Erlangga

- Pradika Muthiya Shafa dan Jusuf Hariyanto. (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).
- Priansa. (2017). Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi. Edisi 3. Jakarta. Saelemba Empat.
- Priyastama, Romie. (2017). Buku Sakti Kuasi SPSS Pengolah Data & Analisis Data. Bantu: Star Up.
- Santoso, Singgih. (2012). Analisis SPSS pada Statistik Parametrik. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Saripa. (2019). Pengaruh Ulasan dan Penilaian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Tokopedia (Studi Kasus 3 Kecamatan di kota Makassar). Skripsi. Sekolah Tinggi Ekonomi Nobel Indonesia.
- Sri Mulyana. (2021). Pengaruh Harga, Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion Online* Pada Shopee di Pekanbaru.
- Sudaryono. (2016). Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi, Edisi 1. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sudjarmika, F. V. (2017). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Di Tokopedia.Com.
- Sugiyono. (2014). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: CV Alfabeta.

Sutisna, Sunyoto. (2013). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya.

Rumondang dkk. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Yayasan Kita Menulis.

Tjiptono Fandy, Ph.D. (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta

Wagiran. (2014). *Metodologi Penelitian Pendidikan: : Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: Deepublish.

Zhao, Xinyuan, Liang Wang, Xiao Guo, and Rob Law (2015). *The Influence Of Online Reviewsto Online Hotel Booking Intentions*.

