

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, S. D. N., & Nuvriasari, A. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Promosi dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Akomodasi di Aplikasi Traveloka. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajeme*, 6(1), 178–193.
- 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.
- Aliffa, S. P., & Wardani, S. (2025). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada J.Co Donuts & Coffee Ramayana Mall Kota Serang. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*. 2(1), 189–199.
- Ardianto, K., Nuriska, F. P., & Nirawati, L. (2020). Pengaruh Keperayaan dan Ulasan Produk terhadap Minat Beli Ulang Emina pada Official Store. *JIMU: Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*. Vol 2 No2.
- Arfah, Y., Nasution, B., & Siregar, R. J. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Sumatra Utara: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Athira, R., & Rachmarwi, W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan RUANGOPI Galaxy Kota Bekasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(1).
- Fauziah, D., Ali, H., Haymans Manurung, A., & Author, C. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Skintific (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Siber Multi Disiplin*, 1(4), 159–172.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponogoro.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72.
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. Sumatra Utara: PT Inovasi Pratama Internasional.
- 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.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management Global Editon. In *Journal of Marketing* (Edition 15, Vol. 37, Issue 1). Inggris: Person Education Limited.
- Marpaung, B., & Mekaniwati, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(1), 29–38.
- Miftahriani, L., & Syamruddin. (2024). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Jordan Resto Rangkasbitung, Kabupaten Lebak. *Thesis*, 1(1), 136–152.
- Mulyana, S. (2021). Pengaruh Harga dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online pada Shopee di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 185–195.
- Piyoh, D. Dela, Rahayu, A., & Dirgantari, P. D. (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(2), 150–160.
- Rahayu, R., & Budiyanto. (2023). Pengaruh Harga, Ulasan Produk dan Metode Pembayaran terhadap Keputusan Pembelian pada Market Place Shopee (Studi Kasus Kepada Konsumen Shopee di Surabaya). *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 1(6), 1978–1520.
- Rahmawati, R., & Suwarni, E. (2023). Pengaruh Ulasan Produk dan Jumlah Produk Terjual terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *Jurnal Digital Bisnis, Modal Manusia, Marketing, Entrepreneurship, Finance, & Strategi Bisnis (DImmensi)*, 3(1), 46.
- Ramdan, A. M., Siwiyanti, L., Komariah, K., & Saribanon, E. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: Penerbit Widina.
- Rizal, A. (2020). *Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0* (1st ed.). Sleman: Deepublish.
- Rohimah, S. (2023). Studi Deskriptif Persepsi Mahasiswa pada Pembelajaran Tatap Muka Pasca Pembelajaran Daring (Survei pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Siliwangi Angkatan 2021). *Jurnal Sains Student Research*. 1–23.
- Sari, F. P., & Kurniawan, R. (2022). Pengaruh Promosi, Harga dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *Prosiding Simposium Nasional Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 464–474.

- Servanda, I. R. S., Reno Kemala Sari, P., & Ananda, N. A. (2019). Peran Ulasan Produk dan Fot Produk yang ditampilkan Penjual pada Marketplace Shopee terhadap Minat Beli Pria dan Wanita. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 69–79.
- Siahaan, S. D. N., Putriku, A. E., & Saragih, L. S. (2022). *Pengenalan Bisnis Teori dan Praktik*. Medan: Merdeka Kreasi Group.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Dr. Ir. Sutopo. S.Pd. MT (ed.); Edisi Kedua). Bandung: CV. Alfabeta.
- Sunarto. (2018). Analisis Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Redmi 3S. *Jurnal Moneter Akuntansi dan Keuangan*, 5(1), 35–43.
- Surahman, A., Octaviansyah, A. F., & Darwis, D. (2020). Pengembangan Market Segmentasi untuk Mencapai Keunggulan Bersaing pada E-Marketplace. *Jurnal Komputer dan Informatika*. 118–126.
- Zhahra Lubis, A., Latrian Nahulae, L., Marlina Anggraini, N., Adawiyah, R., & Islam Negeri Sumatera Utara, U. (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Penetapan Harga. *Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(204), 2022–2025.