

## DAFTAR PUSTAKA

- Annur Cindy (2022). Situs E-Commerce Dengan Pengunjung Terbanyak Per Agustus 2022. *IndyMutiaAnnur*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/20/ini-situs-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-per-agustus-2022>
- Ardista, R., & Wulandari, A. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Lokasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Volume*, 15, 1–13.
- Asiyah. (2021). Pengaruh Penilaian Produk Dan Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee Di Kabupaten Ponorogo.
- Buku pedoman skripsi universitas Gresik tahun 2022/2023
- Binti Aprilia Nur Saptarini, A. (2022). Pengaruh Rating Dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee.
- Daulay, N. (2020). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Medan Labuhan).
- Effendi. (2020). Pengaruh Harga, Kepercayaan, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce Shopee. Skripsi. [http://repository.stieykpn.ac.id/810/1/Ringkasan Skripsi Fitri Azalia N E.Pdf](http://repository.stieykpn.ac.id/810/1/Ringkasan%20Skripsi%20Fitri%20Azalia%20N%20E.Pdf)
- Firmansyah, A. (2019). Pemasaran (Dasar Dan Konsep). June, 398.
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25 Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- 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. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911/31075>
- Harmayani, H., Marpaung, D., Hamzah, A., Mulyani, N., & Hutahaean, J. (2020). E-Commerce Suatu Pengantar Bisnis Digital. Jawa Timur: Yayasan Kitamenulis.
- Hilda, N. A. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Penilaian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Iain Purwokerto). Skripsi, April, 115.

- Indrasari. (2019). Pemasaran & Kepuasan Pelanggan (U. Press (Ed.)). [Http://Repository.Unitomo.Ac.Id/2773/1/Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan.Pdf](http://Repository.Unitomo.Ac.Id/2773/1/Pemasaran%20Dan%20Kepuasan%20Pelanggan.Pdf)
- Ir. Sabar Napitupulu, S.E., Mm., M. A., Ir. Nirwana Tapiomas, M., & Tobink, R. (2021). Manajemen Pemasaran (Atalya Rileni Sudeco (Ed.)).
- Jannah, M., Wahono, B., & Khalikussabi. (2021). Pengaruh Diskon Flash Sale, Rating Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. [Www.Indotelko.Com](http://www.Indotelko.Com)
- Kala, N. (2020). Pengaruh Price Conscious Terhadap Minat Beli Konsumen Dengan Promosi Penjualan Berupa Gratis Ongkos Kirim Dan Flash Sale Sebagai Pemoderasi. Skripsi.[Http://Repository.Stieykpn.Ac.Id/809/Http://Repository.Stieykpn.Ac.Id/809/1/Ringkasan Skripsi Nurhayati Kala.Pdf](http://Repository.Stieykpn.Ac.Id/809/Http://Repository.Stieykpn.Ac.Id/809/1/Ringkasan%20Skripsi%20Nurhayati%20Kala.Pdf)
- Khafidatul Ilmiyah, I. K. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada MarketplaceShopee Di Mojokerto. [Http://Www.Maker.Ac.Id/Index.Php/Maker](http://Www.Maker.Ac.Id/Index.Php/Maker)
- Khudaifah Alfidausi, N. N. M. (2022). Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Kabupaten Bekasi. *Jurnal Parameter*, 7(1), 181–192.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2019). Prinsip – Prinsip Pemasaran, Edisi 12 Jilid 2, Terjemahan Bob Sabran. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2019). Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 2, Terjemahan Bob Sabran. Jakarta : Erlangga.
- Kotler Philip, Kartajaya Hermawan dan Setiawan Iwan. (2019). Marketing 4.0 Bergerak Dari Tradisional Ke Digital. Jakarta:Gramedia Pustaka Utama
- Mayangsari, S., & 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. [Https://Doi.Org/10.33087/ekonomis.v6i2.592](https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i2.592)
- Miftakhul Jannah. (2021). Pengaruh Diskon Flash Sale, Rating Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee.6.[Http://Repository.Unisma.Ac.Id/Jspui/Bitstream/123456789/3422/1/S1\\_Feb\\_21701081267\\_Miftakhul Jannah.Pdf](http://Repository.Unisma.Ac.Id/Jspui/Bitstream/123456789/3422/1/S1_Feb_21701081267_Miftakhul%20Jannah.Pdf)

- Mira Fujita Febria & Fadjar Setiawan, E. S. (2022). Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion (Studi Pada Pengguna Marketplace Shopee Di Indonesia) (Vol. 4).
- Mulyana. (2021). Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee Di Pekanbaru.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>
- Ningtyas, G. S. (2021). Pengaruh E-Wom, Costumer Rewiew Dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee. Universitas Putera Batam, 1–77.
- Nurhayati, S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Yogyakarta Di Shopee (Vol. 15, Issue 2). <http://jurnal.amayogyakarta.ac.id/index.php/albama>
- Permata, Ellysa (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Study Kasus Warung Raja Ayam Bakar Gresik).
- Razali, G., Andamisari, D., & Saputra, J. (2022). Pengaruh Promosi Diskon Dan Gratis Ongkir Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Citizen : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(3), 482–491. <https://doi.org/10.53866/jimi.v2i3.132>
- Ridhon Mb Simangunsong, M. (2021). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Universitas Hkbp Nommensen Medan.
- Sari, V. N. (2019). Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon, Dan Iklan Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta. 1–35.
- Satriadi,dkk (2021). *Manajemen Pemasaran* (Suardi (Ed.); Penerbit S).
- Sawlani, D.K. (2021). *Keputusan Pembelian Online : Kualitas Website, Keamanan Dan Kepercayaan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Setyaningsih, F. (2021). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang*. Jmb :

Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 10(1), 221–230.  
<https://doi.org/10.31000/Jmb.V10i1.4233>

Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung :  
Alphabet.

Sujarweni, Wiratna, V. (2019). Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi  
Pendekatan Kuantitatif. Yogyakarta: Pasar Baru Prees.

Sunyoto, Danang (2019). Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi  
Dan Kasus). Cetakan Ke-3. Jakarta: Pt. Buku Seru.

Wijaya, Desi. (2020). Marketplace Pedia. Jakarta:Laksana

Yayan. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap  
Keputusan Pembelian Di Toko Hepi Fashions Branded Cikarang Pusat  
Bekasi. Pelita Bangsa Journal, 1–19.  
<https://ecampus.pelitabangsa.ac.id/>

Yuliati, dkk (2019). Buku Manajemen Pemasaran (Issue April, P. 79).

Zakawali (2022). Produk Terlaris Di Shopee Tahun 2022. Gifari Zakawali.  
<https://store.sirclo.com/blog/produk-terlaris-di-shopee/>