

DAFTAR PUSTAKA

- 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.
- Arifin, S., & Wulansari, R. (2025). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Hijab pada Toko Modassir Market *Place* Shopee. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 7-16.
- Baehaqi, M. A., & Udayana, I. B. N., & Welsa, H. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk terhadap Customer Satisfaction dan Keputusan Pembelian Konsumen. *Widya Manajemen*, 4(1), 21-33.
- Choirunnida, A., & Prabowo, R. E. (2024). Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee di Kota Semarang. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 6(1), 263-274.
- Clarita, N. & Khalid, J. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Citra Merek dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di CFC Grande Karawaci). *Jurnal Manajemen*. Vol.2 No 1
- Darmansah, A & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya*, Vol.1 No.1.

- Datu, R. L., & Situngkir, T. L., & Krisnawati, I., & Halim, S. (2020). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Online Purchase Decision Pada Platform Belanja Online Shopee. *Ekonomi & Bisnis*, 18(2), 144-152.
- Daulia, T. F & Qomari, N, & Noviandri, I (2021). Pengaruh Potongan Harga, Iklan, Dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian di Shopee (Studi Kasus Pengguna Shopee di Universitas Bhayangkara Surabaya). *UBHARA Management Journal*, Vol.1 No.2 316-323.
- Dzulkarnain, E. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Prodi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.*, Volume 7, No. 1, Februari 2022 Hal. 181-192.
- Fauziah, Y., Sumantyo, F. D. S., & Ali, H. (2023). Pengaruh Online Consumer Review, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 48-64.
- Fitri, N., Haeruddin, M. I. W., & Abadi, R. R. (2026). Pengaruh Online Customer Review dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi oleh Brand Image (Studi Konsumen Wardah di TikTok Shop di Kota Makassar). *Journal of Innovative and Creativity*, 6(1), 1509-1521.
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Berlian Multitama di Jakarta. *JURNAL EKONOMI DAN BISNIS*. Vol.21, No.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.
- Japariato, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh tampilan web dan harga terhadap minat beli dengan kepercayaan sebagai intervening variable pada e-commerce shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35-43.
- Jumawan, J., Soesanto, E., Cahya, F., Putri, C. A., Permatasari, S. A., Setyakinasti, S., & Ottay, M. L. (2024). Pengaruh Online Consumer Review Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di *Marketplace* Shopee. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(6), 2854-2862.
- Kemalasari, P., & Widyasari, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Social Media Marketing, Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian: (Studi Pada Konsumen Produk Fashion Jiniso di *Marketplace* Shopee). *Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha*, 32(2), 133-145.
- Kurniawan, F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Online Costumer Review, Harga Terhadap Minat Beli *Marketplace* Shopee (Studi Kasus Pada Pelanggan Di Kota Tangerang) [Skripsi Sarjana]. Universitas Buddhi Dharma.
- Lestari, D. P., & Widjanarko, W. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan E-Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Jiniso.Id Di *Marketplace* Shopee. *Jurnal Economia*, 2(3), 2963-1181.

- Meydiyanti, & Anwar, M. A. (2023). The Effect of *Product Quality And Price Perception* on Purchasing Decisions: Marketing Management Literature Review. *Jurnal of Economic, Business And Accounting*, Vol.7 No 1 2597-5234.
- Mulyana, S. (2021). Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*.
- Muna, N., & Sulaiman, S. (2020). Peranan Kebiasaan Berbelanja Yang Memediasi Pengaruh Persepsi Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Rokok Marlboro Di Banda Aceh). *Jurnal Manajemen Inovasi*, 11(1), 1-16.
- Nilayati, N. L. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 06(03), 77-84.
- Ningsih, E. S. (2019). Pengaruh Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada *Marketplace* Shopee. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Novitasari, D., Maulana, R., Hastuti, H., & Normasari. (2024). Pengaruh Ulasan dan Penilaian Produk Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Shopee. *Seminar Nasional Amikom Surakarta (SEMNASA) 2024*, 1432-1444.

- Nuraeni, Y. S., & Irawati, D. (2021). The effect of online customer review, quality *product*, and *promotion* on purchasing decision through Shopee marketplace (A case study of ubsi college student). *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(4), 439-450.
- Pinasty, W. A., & Habib, M. A. F. (2024). Pengaruh Harga, Promosi, dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2019-2022. *TRILOGI*, 5(1), 9-19.
- Purnomo, R. (2014). Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis dengan SPSS. Wade Group.
- Puspitasari, D., & Widyasari, S. (2023). The Influence of Trust, Ease of Use, and Online Consumer Review on Consumer Purchase Decisions (Study on TikTok Shop Users in Rembang City). *Jurnal Ekonomi*, 12(3).
- Ramadhan, O. G., Fadhilah, M., & Hutami, L. T. H. (2025). Pengaruh Online Customer Review dan Digital Marketing Terhadap Purchase Decision dengan Impulsive Buying Sebagai Variabel Mediasi di Shopee Pada Generasi Z. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 6(1), 510-526.
- Ramal, W. W & Ratnasari, C. I (2021). Analisis Ulasan Produk : Kajian Pustaka. Universitas Islam Indonesia.
- Rivai, J., & Zulfitri. (2021). The Role of Purchasing Decisions Mediating *Product* Quality, *Price* Perception, and Brand Image on Customer Satisfaction of

Kopi Janji Jiwa. *Journal of Business and Management Studies*, 3(2), 31-42.

<https://doi.org/10.32996/jbms.2021.3.2.4>

Sihabudin, M. B., Achsa, A., Novitaningtyas, I., & Tidar, U. (2023). Pengaruh Brand Image, Variasi Produk dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Brand Erigo di *Marketplace* Shopee. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi & Manajemen*, 3(2), 675-703.

Siswanto, S. R. (2022). Pengaruh Online Consumer Review, Rating, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Milenial *Marketplace* Shopee di Jakarta Selatan. *Jurnal Inovasi Manajemen & Bisnis (Jimb)*, Vol.1 (1), 17-28.

Soegesti, D. G., Permatasari, S., & Fitri. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Ulasan Online, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Shopee Pada Generasi Z Di Kota Bandar Lampung. *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 8(2), 240-248.

Soliha, A. R. (2020). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.

Sudjarmika. (2017). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia.Com.

Sumarni, A. D., & Indarto, M. R. (2026). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Mediasi pada *Marketplace* Shopee di Kalangan Mahasiswa S1 di Daerah

Istimewa Yogyakarta. Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa, 7(1), 39-57.

Suryoto. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Literasi Media.

Syadiyah, K. (2024). Pengaruh Online Customer Review, Harga Dan Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di *Marketplace* Shopee Pada Generasi Z Bandar Jaya [Skripsi Sarjana]. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Tito, S. A. R. Z., Purba, A. R., Munthe, J. A., Nasution, A. A., Sitanggang, L. K., Siregar, O. M., & Sitorus, U. S. (2025). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee. Jurnal Universitas Dharmawangsa, 19(1), 54-65.

Wulandari, H. P. & Subandiyah. A. E. (2022). Pengaruh Ulasan Produk, Harga Dan Pembayaran Non Tunai (Shopee paylater) Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee di Yogyakarta. JBMA: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi, Vol.IX No 2, 2252-5483.