

DAFTAR PUSTAKA

- Afriyani, F., & Batu, R. L. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian AC Panasonic. *Widya Manajemen*, 4(2), 111-119.
- Agustiani, V., & Jaya, U. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Shopee. co. id. *Winter Journal: IMWI Student Research Journal*, 2(1), 73-86.
- Aizm, M. R., Akhmad, F. A. P., & Suprihanto, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Aplikasi Shopee. *Al-Misbah*, 1(1), 109-118.
- Alce, R. (2021). Pengaruh Potongan Harga, Iklan, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Shopee. *Benchmark*, 2(1), 81-93.
- Alistriwahyuni, N. (2019). Pengaruh Promosi Penjualani, Kemudahan Penggunaan, Dan Fitur Layanan I-Saku Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna I-Saku Di Indomaret (Studi Pada Pengguna I-Saku Indomaret Kecamatan Watulimo Trenggalek). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 7(2).
- Andrean, A., Nugroho, N., Hutabarat, F. A. M., Anggraini, D., & Supriyanto, S. (2021, October). Keterkaitan Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa di Aplikasi E-Commence Shopee. In *Seminar Nasional Sains dan Teknologi Informasi (SENSASI)* (Vol. 3, No. 1, pp. 240-244).
- APJII: Hasil Survei Penetrasi Dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia (2022) [Internet]. Tersedia Dalam : <https://www.apjii.or.id> [Accessed Juni 2022]
- Arifin, F., Asiyah, S., & Mustapita, A. F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada FEB Angkatan 2017 Unisma). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(04).
- Azizi, F., & Yateno, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Diskon dan Tagline “Gratis Ongkir” terhadap Keputusan Pembelian Pada Market Place Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB, Universitas Muhammadiyah Metro). *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 1(2), 260-277.
- Aziziyah, N. A., & Hakimah, E. N. (2021, September). Dampak Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. In *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi* (Vol. 6, No. 1, Pp. 645-649).
- Azmi, F. N., & Sudaryana, A. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi, E-Service Quality, Online Consumer Reviews, Dan Online Trust Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Shopee. *Akmenika: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18(2).

- Balhmar, M. A., & Khuzaini, K. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(10).
- Blessa, V. A., & Indriani, F. (2022). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keterlibatan Konsumen, Dan Kualitas Produk Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui Shopee Live (Studi pada pengguna platform shopee live). *Diponegoro Journal of Management*, 11(1).
- Dwijantoro, R., Dwi, B., & Syarief, N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 63-76.
- Fahrevi, S. R., & Satrio, B. (2018). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee. Co. Id. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(3).
- Firmansyah, M. Anang. (2018). Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran). Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Fransiska, I., & Madiawati, P. N. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee Di Bandung. *Eproceedings Of Management*, 8(4).
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Hajijah, S. N., Dewi, I. R., & Annisamala, Y. N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee Di Kalangan Mahasiswa Kota Cirebon. *BONANZA: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(2), 28-38.
- Hidayat, G., Rachma, N., & Asiyah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan 2016-2018). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(11).
- Indrasena, R. W., & Budiarti, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Food. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(9).
- Iprice.co.id.2022. "PetaECommerceIndonesia" <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/> .
- Ismawati, A. (2020). Pengaruh Kualitas Informasi Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Pada Shopee. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(6), 51-62.
- Juliana, M., & Palasara, N. (2021). Pengaruh Potongan Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian: Studi Kasus Pengguna Shopee Di

- Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang. *Jurnal Ilmiah METHONOMI*, 7(2), 150-157.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management* 15th Global Ed. United States Of American : Coruier/Kendallville.
- Kurniawan, A., & Istiyanto, B. (2021). Pengaruh Media Sosial, Harga, Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online. *JEBDEKER: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digital, Ekonomi Kreatif, Entrepreneur*, 2(1), 10-18.
- Laila, E. J. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani Di Butik Qta Ponorogo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(1).
- Lianardi, W., & Chandra, S. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Swalayan Juni Pekanbaru. *Kurs: Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis*, 4(1), 45-58.
- Mita, M., Pranatasari, F. D., & Kristia, K. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan, Dan Ulasan Konsumen Daring Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 548-557.
- Nasution, S. L. A., 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.
- Nuraeni, Y. S., & Irawati, D. (2021). Pengaruh Online Customer Review, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ubsi). *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(4), 439-450.
- Nursani, N., Arifin, R., & Hufron, M. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen E-Commerce Melalui Shopee (Studi Pada Mahasiswa UNISMA). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(09).
- Pangget, B., Tumbel, T. M., & Tamengkel, L. D. (2018). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat pada CV. LION di ternate. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 6(004), 62-69
- Peter, J. Paul dan Olson, Jerry C. (2013). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Polla, F. C., Mananeke, L., & Taroreh, R. N. (2018). Analisis pengaruh harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada

- PT. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(4).
- Putri, I. M., & Ratnawati, D. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce “Shopee”(Studi Kasus: Pelanggan Shopee Di Surabaya). *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(7), 2561-2569.
- Putri, W. S., Rachma, N., & ABS, M. K. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis 2018 Universitas Islam Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 11(24).
- Putta, A. P., & Saluy, A. B. (2019). “Analisis Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Berbelanja Terhadap Keputusan Pembelian Di Situs Jual Beli Online Lazada Di Karawang. *Indikator Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 3(3), 15-24.
- Sangadji. E.M., Dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Setiawan, D., & Triyonowati, T. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Layanan Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Online Shopee. Co. Id. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 8(3).
- Solihin, S., & Zuhdi, S. (2021). Pengaruh Kualitas Website dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 1(1), 13-22.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. CV. Alfabeta, Bandung.
- Sukmawati, B. S. N., & Setiawati, C. I. (2021). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee. *Eproceedings Of Management*, 8(4).
- Tjiptono, Fandy (2017). *Service Management*. Yogyakarta: ANDI.
- Wardhana, G. W. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Pelayanan Secara Online Terhadap Keputusan Pembelian Pada Destinasi Belanja Shoope. *Journal Of Indonesian Science Economic Research*, 4(1), 1-11.
- Witarisma, S. W. (2021, September). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee. In *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi* (Vol. 6, No. 1, pp. 821-829).