

## DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Al rasyid, H., & Tri Indah, A. (2018). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Perspektif*, 16(1), 39–49. <https://doi.org/2550-1178>
- Amelia, R. D., Michael, & Mulyandi, M. R. (2021). Analisis Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Kecantikan.
- Andriani, D. (2020). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Marketplace Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Mahasiswa *Digilibadmin.Unismuh.Ac.Id*.[https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/9186-Full\\_Text.pdf](https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/9186-Full_Text.pdf)
- Ansori, M., & Iswati, S. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2*. surabaya: Airlangga University Press.
- APJII.or.id. (2020). Siaran Pers: Pengguna Internet Indonesia Hampir Tembus 200 Juta di 2019 – Q2 2020. <https://blog.apjii.or.id/index.php/2020/11/09/siaran-pers-pengguna-internet-indonesia-hampir-tembus-200-juta-di-2019-q2-2020/>
- Apriani, D. I., & Bhaihaki, M. (2018). Jurnal ekonomika. *Jurnal Ekonomika : Manajemen, Akuntansi, Dan Perbankan Syari'ah*, 7(2), 97–110.
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, M. A. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee . *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–11.
- Aulia, H. F., Qomari, N., & Noviandari, I. (2021). Pengaruh Potongan Harga, Iklan, dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian di Shopee (Studi Kasus Pengguna Shopee di Universitas Bhayangkara Surabaya), 1(November), 316–323.
- Databoks.katadata.co.id. (2020). Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Capai 196,7 Juta.<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-capai-1967-juta>
- Djunaidi, F. G. (2020). *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan minyak kayu putih pada ketel walbarua di desa ubung*. Jawa Timur: Qiara Media.

[https://www.google.co.id/books/edition/analisis\\_faktor\\_faktor\\_yang\\_mempe\\_ngaruhi/ut4deaaaqbaj?hl=id&gbpv=1&dq=pengertian+harga+menurut+kotle\\_r&pg=PA27&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/analisis_faktor_faktor_yang_mempe_ngaruhi/ut4deaaaqbaj?hl=id&gbpv=1&dq=pengertian+harga+menurut+kotle_r&pg=PA27&printsec=frontcover)

Dr. M. Anang Firmansyah, SE., M. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (planning & strategy)*. Qiara Media.

ekonomi.bisnis.com. (2020). Transaksi Shopee Naik 130 Persen, Raja E-Commerce

Indonesia?https://ekonomi.bisnis.com/read/20200901/12/1285887/transaksi-shopee-naik-130-persen-raja-e-commerce-indonesia

Febriana, M., & Yulianto, E. (2018). Pengaruh online consumer review oleh beauty vlogger terhadap keputusan pembelian (Survei Pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2014/2015 Dan 2015/2016 Yang Membeli Dan Menggunakan Purbasari Matte Lipstick). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 58(1), 1–9.

ferdinand, A. (2011). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: AGF Books.

ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen (pedoman penelitian untuk penulisan skripsi, tesis, dan disertasi)*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Firmansyah. (2019). Pengaruh Leverage, Likuiditas, komisaris Independen dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Studia Akuntansi Dan Bisnis*, 7(3), hlm. 202.

Ghozali, I. (2014). *Sctructural Equation Modeling , Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS) (4th ed.)*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Gunawan, I., Kusnawan, A., Hernawan, E., Anggaraeni, R. D., Suharto, A., Purnama, M., ... Hanitha, V. (2020). *Abdimas Kewirausahaan dan pemasaran Home Industry melalui media digital*. (Yo Ceng Giap, Ed.). Retrieved from [https://www.google.co.id/books/edition/Abdimas\\_Kewirausahaan\\_dan\\_Pem\\_asaran\\_Home/3ykPEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=digital+marketing+me\\_nurut+kotler&pg=PA4&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Abdimas_Kewirausahaan_dan_Pem_asaran_Home/3ykPEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=digital+marketing+me_nurut+kotler&pg=PA4&printsec=frontcover)

Habibah, U. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan

- Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura, *1*(1), 31–48.
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis*. Jakarta Pusat: PT Inkubator Penulis Indonesia (Institut Penulis Indonesia).
- 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. <https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>
- Irwan, & Adam, K. (2015). Metode Partial Least Square (PLS) Dan Terapannya (Studi Kasus: Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Layanan PDAM Unit Camming Kab. Bone). *Teknosains*, *9*(1), 53–68.
- Julianti, Y. A. (2019). Pengaruh online costumer review dan online costumer rating terhadap keputusan pembelian online marketplace (studi mahasiswa universitas pasir pengaraian), *8*(3), 1–4.
- Kamila, K. T., Suharyono, & Perwangsa Nuralam, I. (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 ). *Journal Administrasi Bisnis*, *72*(1), 202–211. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2855>
- Kholidah, N., & Afriyanto, M. (2020). *Faktor-faktor pengambilan keputusan pembelian kosmetik berlabel halal*. Penerbit NEM. Retrieved from [https://www.google.co.id/books/edition/faktor\\_faktor\\_pengambilan\\_keputusan\\_pemb/lzwweaaaqbaj?hl=id&gbpv=1&dq=keputusan+pembelian+menurut+kotler&pg=PA10&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/faktor_faktor_pengambilan_keputusan_pemb/lzwweaaaqbaj?hl=id&gbpv=1&dq=keputusan+pembelian+menurut+kotler&pg=PA10&printsec=frontcover)
- Kompas.com. (2020, September). Corona di Indonesia Tembus 200.000, Ini 5 Daerah dengan Jumlah Kasus Tertinggi dan Terendah. Retrieved from <https://www.kompas.com/tren/read/2020/09/08/194500265/corona-di-indonesia-tembus-200.000-ini-5-daerah-dengan-jumlah-kasus?page=all>

- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. UK: Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & kelvin lane keller. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Kevin Lane, K. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education,inc.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Laili Hidayati, N. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Riviws Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(3), 77–84. Retrieved from <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/24741>
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis memahami manajemen pemasaran*. Depok: Khalifah Mediatama.
- Melati, R. S., & Dwijayanti, R. (2020). Pengaruh Harga Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(2). Retrieved from <https://forms.gle/t44jvKgVK6XAiZwi8>.
- Noor, J. (2015). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang Pressindo.
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness. *PROfesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.15878>
- Prayitno, A., Rachma, N., & Primanto, A. B. (2021). Pengaruh Brand Image, Lifestyle Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Gorilla Market Bululawang).
- Primadasa, Y. G., & Nugroho, A. T. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Karyawan PT.Percetakan Gramedia Cikarang).
- Rabiana, R., & Akib, B. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Informasi

- Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee (Studi Kasus: Pengguna Aplikasi Shopee), 47(3), 16–33.
- Refiyanti, D. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Family Dental Clinic Cabang Jatiwarngin, 22. Retrieved from file:///C:/Users/EEN/Downloads/527-3146-1-PB.pdf
- Republika.co.id. (2020). YLKI Ungkap Aduan terbanyak Konsumen Daring. Retrieved from <https://www.republika.co.id/berita/q439ol414/ylki-ungkap-aduan-terbanyak-konsumen-daring>
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua.
- Rumondang, A., Sudirman, A., Sitorus, S., Kusuma, A. H. P., Manuhutu, M., Sudarso, A., Arif, N. F. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. (A. Rikki, Ed.). Yayasan Kita Menulis. Retrieved from [https://www.google.co.id/books/edition/Pemasaran\\_Digital\\_dan\\_Perilaku\\_Konsumen/WW\\_6DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=perilaku+konsumen+pe masaran+digital&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Pemasaran_Digital_dan_Perilaku_Konsumen/WW_6DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=perilaku+konsumen+pe masaran+digital&printsec=frontcover)
- Sangadji, E. M. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: C.V Andi.
- Santoso, S. (2018). *Menguasai Statistik dengan SPSS 25*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Saputri, M. E. (2016). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Pada Zalora Indonesia the Effect of Consumer Behavior Toward the Online Purchase of Fashion Product of Zalora Indonesia. *Sosioteknologi*, 15(2), 291–297.
- Sari, I. A. G. P. P., & Hasbi, I. (2020). Pengaruh Brand Equity Dan Online Consumer Review Terhadap Purchase Intention Pada Produk Sunscreen Wardah. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 7, 589–608.
- Serly, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek , Pembelian Pada E-Commerce Shopee, 1–18.
- Setiaman, S. (2020). *Analisa Partial Model Persamaan Struktural dengan*

- SmartPLS 3*. Qatar: PPNI Qatar.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).[https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen\\_Pemasaran/5OiZDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=harga+menurut+para+ahli&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran/5OiZDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=harga+menurut+para+ahli&printsec=frontcover)
- sirclo.com. (2020). Jumlah Pengguna E-Commerce Indonesia di Tahun 2020 Meningkat Pesat. Retrieved from <https://www.sirclo.com/jumlah-pengguna-e-commerce-indonesia-di-tahun-2020-meningkat-pesat/>
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>
- Sopingah, & Sangadji. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI.
- suara.com. (2020). Di Tengah COVID-19, e-Commerce Diandalkan Penuhi Kebutuhan Sehari-hari. <https://www.suara.com/tekno/2020/03/24/115234/di-tengah-covid-19-e-commerce-diandalkan-penuhi-kebutuhan-sehari-hari?page=all>
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *METODE PENELITIAN PENDIDIKAN (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutanto, M. A., & Aprianingsih, A. (2016). The Effect of Online Consumer Review toward Purchase Intention: A Study in Premium Cosmetic in Indonesia.

Retrieved from <https://eprints.uny.ac.id/41788/1/18> Monica Adhelia Sutanto.pdf

- Teknik, J., Vol, I. T. S., Hariyanto, H. T., Trisunarno, L., & Teknik, D. (2020). Analisis Pengaruh Online Customer Review , Online Customer Rating , dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga, 9(2).
- Tunnufus, Zakiyya, Wulandari, A. (2019). Pengaruh Harga Dan Jenis Media Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada E-Commerce Shopee Di Kabupaten Lebak. *The Asia Pacific; Journal of Management Studies*, 6(1), 29–40.