

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, N. A., Sumowo, S., & Wijyantini, B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Peneliti*, 3(2),186-196.
- Ahmad Fakri, 2016. Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia.
- Annur, Cindy Mutia. 2022. Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022 Accessed 8 1, 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-penggunaan-internet-di-indonesia-awal-2022>.
- Alexa, Canderra. 2021. Profil perusahaan shopee dan visi misi Accessed 29 12, 2022. <https://CarrersShopee.com//2022/12/29/profil-perusaan-shopee-visi>.
- Alma, Buchari. 2018. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: CV Alfabeta.
- Apley, G. A & Solomon, Luis 2015 : System of Orthopedi and Deformitas : Edisi. 7, 2015. PT. Widya Medika. Jakarta.
- As'Alul Maghfiroh, 2016. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Binis Tahun Angkatan 2013/2014 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Pembeli Indosat Ooredoo).
- Bayu, R. D. (2021). Pengaruh Harga terhadap Purchase Intention Consumer Trust pada Online Shop Fashion Wanita di Media Sosial Indoneisa (Studi pada Generasi Milenial di DKI Jakarta). *Media Studi Ekonomi*, 1-12.
- Endit, Nikita Puspita Ing. 2022. Pengguna internet: jumlah pengguna di Jawa Barat. 8 1. Accessed 22 12, 2022. <https://www.merahputih/jumlah-pengguna-internet/Jabar>.
- Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Firmansyah, Anang, M. 2019. Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran).Edisi 1. Penerbit Deepublish (Group Penerbitan CV Budi Utama).
- Ghozali. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Handayani, 2018. Optimasi Algoritma Support Vector Machine untuk Analisis Sentimen pada Ulasan Produk Tokopedia Menggunakan PSO
- Harman Malau. 2017. Manajemen Pemasaran. Bandung : Alfabeta.
- Ilmiyah, 2020. Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto

- Indrawati. 2015. Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi. Teknologi Komunikasi dan Informasi, Bandung : Aditama
- Indrawati. (2017). Perilaku Konsumen Individu. Bandung: Refika Aditama.
- Jefkins, Frank. 1996. Periklanan. Edisi Ketiga. Jakarta: Erlangga
- Khairi, D. (2022). Analisis pengguna media social dalam melakukan online shopping pada aplikasi e-commerce di Indonesia. Jurnal Ilmiah Management Vol. 9 No. 8, 11.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2016. Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1. & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P dan Armstrong. 2018. Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit. Salemba Empat. Jakarta.
- Kuswanto, 2020. Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online
- Mudambi, S.M. and Schuff, D. 2010, What Makes a Helpful Review A Study of Customer Reviews on Amazon. com. MIS Quarterly, 34, 185-200.
- Munawar, A., & Siregar, S. (2021). pengaruh ulasan e-commerce di indones kuartal III. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan Vol. 8 No. 7, 41-49.
- Nazir, Moh. 2013.. Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nurul, M., Soewarno, N., & Isnalita, I. 2019. Pengaruh Jumlah Pengunjung, Ulasan Produk, Reputasi Toko Dan Status Gold Badge pada Penjualan Dalam Tokopedia. E-Jurnal Akuntansi, 1855-1865
- Rafidah 2017. Analisis Keamanan Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Lazada
- Richadinata, 2021. Pengaruh Iklan Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Lingkungan Universitas Bali Internasional
- Saripa. 2019. Pengaruh Ulasan Dan Penilaian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Tokopedia (Studi Kasus 3 Kecamatan Dikota Makassar). Skripsi. Sekolah Tinggi Ekonomi Nobel Indonesia
- Santoso, Singgih. 2012. Statistik Parametrik. Jakarta: PT Gramedia Pustaka
- Setiawaty, 2017. Pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Samsung Galaxy Series (Studi Kasus Mahasiswa/i Universitas Gunadarma, Depok)
- Sudjarmika, 2017. Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia.Com
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta

- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta
- Sutisna, Sunyoto. (2013). Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya
- Umar, T. W. (2020). Pengaruh Social Media terhadap Keputusan Pembelian Spotify Premium. e-Proceeding of Management Vol.9 No. 5, 3467-3482.