

DAFTAR PUSTAKA

- Fakhru Rizky, M., & Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Mnat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *UIN Maulana Malik Ibrahim*, 39(1), 1–15.
- Fasha, A. F., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42. <https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/840>
- Ichsan, M., Jumhur, H. M., Hum, M., & Dharmoputra, S. (2018). Pengaruh Consumer Online Rating and Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia Di Wilayah Dki Jakarta Effect of Consumer Online Rating and Review To Buying. *E-Proceeding of Management*, 5(2), 1828–1835.
- Melati, R. S., & Dwijayanti, R. (2020). Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(2), 882–888. <https://forms.gle/t44jvKgVK6XAiZwi8>.
- Mita, M., Pranatasari, F. D., & Kristia, K. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan, dan Ulasan Konsumen Daring Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 548–557.

<https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.204>

Nofri, O. P., & Wijaksana, T. I. (2021). *Analisa Pengaruh Promosi Tanggal Istimewa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Di Marketplace Shopee (Studi Di Provinsi Sumatera Barat) Analysis of the Effect of Special Date Promotion and Service Quality on Consumer Repurchase Inte.* 8(6), 8514–8522.

Nurlaela Anwar, R. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Fashion Muslim Hijup Di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(1), 75–85.
<https://doi.org/10.35137/jmbk.v6i1.169>

Permatasari, L. D., & Santosa, S. B. (2021). Pengaruh Review Konsumen, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Pembelian ulang melalui Kepuasan Konsumen sebagai variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Marketplace Shopee di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(4), 1–6. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

Rachman, B. J. (2018). Analisis Pengaruh Desain Produk dan Promosi terhadap Kemantapan Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh Citra (Studi pada Customer Distro Jolly Roger Semarang). *B. Rachman*.

Rahmi, A., & Yogia, M. A. (2015). Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dikalangan Mahasiswa (Study Kasus Mahasiswa

Fisipol Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*, 1(1), 149–172.

Rosdiana, Eva dan Suharno, Hadi dan Kulsum, U. (n.d.). *Pengaruh harga, keanekaragaman produk, dan minat beli terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee*. 13–23.

Sihotang, M. K. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Pt.Hni Hpai). *Journal Of Management, Accounting, Economic and Business*, 01(02), 399–413.
<http://trianglesains.makarioz.org>

Sitanggang, F., Sidebang, A., & Mirza, D. F. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ban Sepeda Motor Merek Swallow Pada Pt. Industri Karet Deli Medan. *Tijarah*, 1(19), 135–142.
<https://jurnal.uisu.ac.id>

Sugiono. 2013, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiono. 2019, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiono. 2007, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiono. 2013, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabet