

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, S. D. N., & Nuvriasari, A. (2021). Pengaruh kepercayaan, promosi, dan ulasan produk terhadap keputusan pembelian produk akomodasi di aplikasi traveloka. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 6(1), 178–193.
- Agatha Gratia Sara Rorie, A. L. T. , E. G. (2022). *Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Tokopedia. The Effect Of Trust And Perceived Risk On E-Commerce Purchase Decisions On Tokopedia.Com In Noongan Village, Langowan Barat District*. 6(1), 365–370.
- Agustiningrum, D., & Andjarwati, A. L. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 896–906.  
<https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p896-906>
- Aningtyas, E. S., & Supriyono, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk Zoya di Outlet Kediri. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 1592.  
<https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i3.2588>
- Ardianto, K., Nuriska, F. P., & Nirawati, L. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Emina Pada Official Store Shopee Di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(2), 62.  
<https://doi.org/10.31599/jmu.v2i2.759>
- Claudia, S., & Komariah, N. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Air Ro Di Ker-Ro Bekasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan ...*, 17(2), 115–124.
- Firmansyah, A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran* (Issue July).
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hair, dkk. (2006). *Multivariate Data Analysis Pearson International Edition* (Edisi6).
- 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>

- Jayanti, R. D. (2019). Pengaruh Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Harapan Maulina Hijab Jombang). *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1). <https://doi.org/10.26533/eksis.v10i1.51>
- Khudaifah Alfirdausi, N. N. M. (2022). Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee di Kabupaten Bekasi. *Jurnal Syntax Fusion*, 2(01), 171–180. <https://doi.org/10.54543/fusion.v2i01.145>
- Kuswanto, R. V. (2020). Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 6(2), 195–210. [https://doi.org/10.47329/jurnal\\_mbe.v6i2.431](https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v6i2.431)
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online Costumer Review dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla. *Jurnal Mirai Managemnt*, 6(1), 139–154.
- Mulyana, S. (2021). Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee Di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 185–195. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v7i2.665>
- 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*, 28(3), 1855. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v28.i03.p14>
- Permata Sari, D., Kunci, K., Produk, U., & dan Keputusan Pembelian, H. (2021). Pengaruh Ulasan Produk, Kepercayaan, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Market Place Shopee. *Ijccs*, 1(6), 1978–1520.
- Purwanto, N. (2019). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan Jurnal Teknodik 6115,196-215
- Putra, A. (2021). Faktor – Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kepercayaan Konsumen Dan Implikasinya Pada Minat Pembelian Ulang Produk Sunnygold (Studi Kasus Pada Konsumen SunnyGold Di Jakarta Selatan). *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 2(1), 196. <https://doi.org/10.22441/jdm.v3i2.10205>
- Restuti, N., & Kurnia, M. (2022). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan Transaksi, Kualitas Informasi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Secara Online Pada Marketplace Shopee. *Borobudur*

- Management Review*, 2(1), 24–40. <https://doi.org/10.31603/bmar.v2i1.6817>
- Sarah Yosefine Siboro, E. (2022). PENGARUH ULASAN PRODUK, KEMUDAHAN, KEAMANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE. *Manajemen Dewantara*, 6(2), 246–255. <https://doi.org/10.26460/md.v6i2.12634>
- Sarwani, F. S. R. (2022). PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN TRANSAKSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PADA MARKETPLACE SHOPEE DI KOTA SURABAYA. 6(2), 83–99.
- 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>
- Sopia Eldawati, Bakkareng, D. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN FURNITURE STUDI KASUS PADA CV. ALZAIID FURNITURE KABUPATEN PESISIR SELATAN. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.
- Surjaweni. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*.
- Syahputra, R. D. (2020). *Peran Ulasan Dan Harga Dalam Meningkatkan Penjualan Di Marketplace*. 4.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta. *Manajemen Pemasaran*, 9(021), 113–123.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67. <https://doi.org/10.33603/jibm.v5i1.4929>
- Utama, Y. T. (2022). *Yessyka, Tasik Utama PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MINI MARKET TEKO HEALTHY RESTO MEDAN*. 311–317.
- Yunitasari, M. D., & Karawang, U. S. (2022). 397-Article Text-1935-1-10-20220331. 9(2).

- Yustiani, R., & Yunanto, R. (2017). Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi. *Komputa : Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika*, 6(2), 43–48. <https://doi.org/10.34010/komputa.v6i2.2476>
- Yusuf, A. (2021). The Influence of Product Innovation and Brand Image on Customer Purchase Decision on Oppo Smartphone Products in South Tangerang City. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(1), 472–481. <https://doi.org/10.33258/birci.v4i1.1629>

