

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, A. (2023). Situs *E-Commerce* Kunjungan Terbanyak Indonesia 2023.
- Agatha, M. (2020). Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Barong Gung Tulungagung. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 3(2), 27–35.
- Aisyah, & Rosyidi. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, *Customer Review*, *Customer Rating* dan Promosi *Flash Sale* Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee. *Jurnal Kompetitif*, 12(1), 48–60.
<https://doi.org/10.52333/Kompetitif.V12i1.83>
- Anasrulloh, M., Agatha, M., & Haliza, H. N. (2023). Pengaruh *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Pada *Marketplace* Shopee. *Public Service And Governance Journal*, 12(1), 230–245.
<https://doi.org/10.56444/Psgj.V4i1.1012>
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif. *Jurnal Ihsan : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9.
<https://doi.org/10.61104/Ihsan.V1i2.57>
- Azizah, K. N., Laksono, S. S. M., & Munawaroh, N. A. (2023). Pengaruh *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, Dan *Tagline* “Gratis Ongkir” Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shopee Food (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Uniska - Kediri). *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 01(05), 50–60.
- Devica, S. (2020). Persepsi Konsumen Terhadap *Flash Sale* Belanja Online Dan Pengaruhnya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 47–56.
<https://doi.org/10.24123/Jbt.V4i1.2276>
- Fadilla, A. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Issue May). Penerbit

Muhammad Zaini Anggota Ikapi.

Fadillah, A., Salsabila, Y. N., & Daryanto, A. (2019). Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor. *Jimfe (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 5(1), 1–14. <https://doi.org/10.34203/Jimfe.V5i1.1324>

Ferary, K., & Fatmala, A. (2024). Pengaruh *Customer Review* , *Flash Sale Promotion* Dan *Live Streaming* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-Commerce Shopee* Di Surakarta. 3(1), 290–309.

Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. ., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/Productivity/article/view/32911>

Hamdi, N., & Wardani, R. (2024). Pengaruh Metode Pembayaran *Cash On Delivery* (Cod), Gratis Ongkos Kirim Dan *Flash Sale* Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Amm Mataram). 413–418.

Hannaresa, & Hasanah. (2023). Pengaruh *Customer Review* Dan *Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Shopee. *Economics And Digital Business Review*, 4(1), 720–726.

Hidayati, N. L. (2018). Pengaruh *Viral Marketing*, *Online Consumer Reviews* Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 06(3), 77–84.

Hidayati, S., Rachmawati, E., Muji, T. S., & Kharismasyah, A. Y. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. *Keuangan Dan Manajemen*, 19(1), 2528–1097.

Husniyyah, T., Sri, D., Pantjolo, W., & Pitoyo, B. S. (2024). Pengaruh Diskon, *Flash Sale*, Dan *Live Shopping* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Brand

The Originote Di Shopee (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). 3, 314–328.

Jannah, M., Wahono, B., & Khalikussabir, K. (2022). Pengaruh Diskon *Flash Sale*, Rating Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(13), 38–51. Www.Indotelko.Com

Karundeng, E. F., Mandey, S. L., & Lintong, D. C. A. (2023). Pengaruh Harga Dan *Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion Brand* Erigo Di *Marketplace* Shopee Pada Pemuda Gmim Sion Malalayang. *Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(1), 873–884. <https://doi.org/10.35794/Emba.V11i1.46462>

Lestari, D. P., & Widjanarko, W. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan E-Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Jiniso.Id Di *Marketplace* Shopee. *Jurnal Economina*, 2(3), 753–765. <https://doi.org/10.55681/Economina.V2i3.398>

Meutia, K. I., Hadita, H., & Widjarnarko, W. (2021). Dampak Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso. *Journal Of Technopreneurship On Economics And Business Review*, 2(2), 75–87. <https://doi.org/10.37195/Jtebr.V2i2.68>

Mujid, A., & Andrian, A. (2021). Strategi Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Minat Melanjutkan Sekolah. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(2), 66. <https://doi.org/10.31599/Jmu.V3i2.946>

Mulyadi, M. (2015). Metode Penelitian Praktis: Kuantitatif Dan Kualitatif.

Pratama, A. B. (2021). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. 13(4), 630–637. <https://doi.org/10.29264/Jmmn.V13i4.9890>

- Purnomo, R. A. (2016). Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan Spss. In A. P. Cahya (Ed.), Cv. Wade Group. Wade Group.
- Purwanto. (2018). Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas Dan Reliabilitas Penelitian Ekonomi Syariah (A. Saifudin (Ed.)). Staiapress.
- Putri, A. N., Studi, P., Bisnis, A., & Administrasi, F. I. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di *Official Storewardah Pada E-Commerce* Shopee. 3(1), 104–118.
- Putri, Hidayati, & Rizal. (2020). Pengaruh *Customer Review*, *Customer Rating* Dan *Viral Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Tokopedia Di Malang). 79–88.
- Putri, N. A. R., & Iriani, S. S. (2019). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Melalui E-Commerce Shopee. *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 8(2), 69.
<https://doi.org/10.31504/komunika.v8i2.2391>
- Rahmawati, N. D., Winarso, W., & Anas, H. (2023). Pengaruh *Flash Sale*, *Live Shopping*, Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Brand Skintific Di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economina*, 2(10), 2740–2755.
<https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.897>
- Safrillia, D., Arifin, R., & Saraswati, E. (2023). Pengaruh *Digital Marketing*, *Customer Review*, Dan *Flash Sale* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Aplikasi Shopee (Studi Mahasiswa Pengguna Aplikasi Shopee Universitas Islam Malang). *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis*, 13(01), 510–518.
- Saputri, S. I., Hakimah, E. N., & Sardanto, R. (2022). Pengaruh *Flash Sale*, *Customer Review*, Dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada

- Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Nusantara Pgri Kediri). Simposium Manajemen Dan Bisnis I Prodi Manajemen Feb Unp Kediri Tahun 2022, 322–328.*
- Simanjutak, O. De. (2022). Pengaruh *Flash Sale Promotion* Dan *Discount* Terhadap *Online Impulsive Buying* (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Shopee Di Universitas Sari Mutiara Indonesia). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 383–387.
- Siyoto, & Sodik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup (Ed.); 1st Ed.). Literasi Media Publishing.
- Sudjatmika. (2017). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.Com. 5(1).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Pt. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.
- Yuliana, I., Rofiq, Aunur, & Ummah, A. R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Al-Kharaj :Jurnal Ekonomi, Keuangan&BisnisSyariah*, 5(6), 2450–2466.
<https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V5i6.2338>
- Yulianty, & Mauludy. (2019). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Varian Bedak (Studi Penelitian Pelanggan Wardah Beauty Konter Majalengka). *Xiv*(2), 252–261.