

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. 2018. Manajemen Pemasaran. Bandung: Alfabeta.
- Alma, B. 2018. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung : Alfabeta.
- Amanah, Dita, and Dedy Ansari Harahap. 2018. "Examining The Effect Of Product Assortment And Price Discount Toward Online Purchase Decision Of University Student In Indonesia." *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 20, no. 2 (October). <https://doi.org/10.9744/jmk.20.2.99-104>.
- Bahtiar, Rais Agil. 2020. "Potensi, Peran Pemerintah, Dan Tantangan Dalam Pengembangan E-Commerce Di Indonesia [Potency, Government Role, and Challenges of E-Commerce Development in Indonesia]." *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik* 11, no. 1: 13–25. <https://doi.org/10.22212/jekp.v11i1.1485>
- Dwijantoro, R., Dwi, B., & Syarief, N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 63. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.162.392>
- Firmansyah, Ilham. 2019. "Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, harga dan brand image terhadap keputusan pembelian Kober Mie Setan di Kota malang." *Management and Business Review* 3, no. 2 (Desember): 116–23. <https://doi.org/10.21067/mbr.v3i2.4723>.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gunawan, H., & Ayuningtyas, K. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. *Journal Of Applied Business Administration*, 2(1), 152–165. <https://doi.org/10.30871/jaba.v2i1.763>
- Hair, J. F, Black, W. C, Babin, B. J & Anderson, R. E. 2018. *Multivariate Data Analysis (8th ed)*. United Kingdom. Cengage Learning.
- Hanafi Alfina Novarifah. 2022. "Pengaruh Harga, Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee (Studi Kasus Pada Konsumen Di Kabupaten Klaten)." Surakarta: Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta. <http://eprints.iain-surakarta.ac.id/id/eprint/3172>
- Ilmiyah, Khafidatul, and Indra Krishernawan. 2020. "Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto." *Maker: Jurnal Manajemen* 6, no. 1 (June): 31–42. <https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>.
- Kotler, P dan Armstrong, G. 2018. Prinsip-Prinsip Marketing. Ke tujuh. Jakarta: penerbit salemba empat.
- Kotler, P dan Keller, K L. 2018. Manajemen Pemasaran. Edisi 12 jilid 2. Jakarta: PT Indeks.
- Kusnandar, V.B. (21 oktober 2022). Kepadatan Penduduk Sumatera Selatan Menuju Kabupaten/Kota.

- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/0/21/daftar-kota-dengan-penduduk-terpadat-di-sumatera-selatan-pada-juni-2022>
- Malau, Harman. 2018. Manajemen Pemasaran “Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional samapai Era Modernisasi Global.” Bandung : Alfabeta.
- Mowen, J C dan Minor, M. 2015. Perilaku Konsumen. Edisi 5 jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Mulyana, Sri. 2021. “Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee Di Pekanbaru.” *Jurnal Daya Saing* 7, no. 2 (July): 185–95. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v7i2.665>.
- Nurchasanah, Devi, and Ida Bagus Nyoman Udayana. 2023. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Tiktok Shop.” *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal* 5, no. 3 (March): 1081–95. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v5i3.1693>.
- Nurul, Mochammad, Noorlailie Soewarno, dan NIDN Isnalita. 2019. “Pengaruh Jumlah Pengunjung, Ulasan Produk, Reputasi Toko Dan Status Gold Badge pada Penjualan Dalam Tokopedia.” *E-Jurnal Akuntansi* 28, no. 3: 1855–65. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article>
- Priansa, D J. 2018. Perilaku Konsumen Dalam Bersaing Bisnis Kontemporer. Bandung: Alfabeta.
- Rahayu, Sri. 2021. “Pengaruh Harga, Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce Tokopedia.” *MBIA* 20, no. 1 (April): 40–50. <https://doi.org/10.33557/mbia.v20i1.1271>.
- Rahmad, A. 2021. “Pengaruh Ulasan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia.Com Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UMSU.” Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. <http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/16341>
- Rinaja, A. F., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Word Of Mouth, And Price Consciousness Terhadap Minat Beli Di Shopee. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(3), 435–448. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i3.345>
- Sari, I.N. (6 maret, 2023). Sejarah Tiktok dari Aplikasi Negeri Panda hingga Mendunia. <https://katadata.co.id/intannirmala/ekonopedia/6404f5c3ce775/sejarah-tiktok-dari-aplikasi-negeri-panda-hingga-mendunia>
- Siringoringo, Rimbun, dan Jamaludin Jamaludin. 2019. “Text Mining dan Klasterisasi Sentimen Pada Ulasan Produk Toko Online.” *Jurnal Teknologi dan Ilmu Komputer Prima (JUTIKOMP)* 2, no. 1 (April): 41–48. <https://doi.org/10.34012/jutikomp.v2i1.456>.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sukmawati, Rina. 2018. “Pengaruh kualitas produk, harga, dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen garden cafe koperasi mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta.” *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi* 7, no. 2: 130–42. <https://journal.student.uny.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/10508>