

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, M. N., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina di Batam. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(1), 1121–1133.
- Aisyah, S., Agustiawan, A., Nurwanita, N., & Fatma, F. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Vixion. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 59–75. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v2i1.23.59-75>
- Alena, V. N., & Hasanah, Y. N. (2023). Analysis of Online Customer Review on Purchase Decisions with Customer Trust as Intervening. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 201–211. <https://doi.org/10.36555/almana.v7i2.1791>
- Alfirdausi, K., & Marpaung, N. N. (2022). Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee di Kabupaten Bekasi. *Jurnal Paramenter*, 7(1), 181–192. <https://doi.org/10.54543/fusion.v2i01.145>
- Arbaini, P., Wahab, Z., & Widiyant, M. (2020). Pengaruh Consumer Online Rating Dan Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace Tokopedia. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7(1), 25–33. <https://doi.org/10.26905/jbm.v7i1.3897>
- Claudy, C. P., & Dharmawan, D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Produk PT. Sayap Mas Utama. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 2(5).
- Duarte, T. C. T., & Sugiyono. (2022). Pengaruh harga, kualitas produk, citra merek terhadap keputusan pembelian raket fypower. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(12).
- Hutauruk, S. L. B., & Sitorus, D. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Di Kota Batam. *ECo-Buss*, 5(2), 484–495. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i2.451>
- 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>
- Ivadah, M. N., & Shari, O. O. (2021). Pengaruh Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Fashion Pada E-Commerce Shopee. *Journal E-Proceeding of Management*, 8(4), 3282.
- Liswandari, T. A., & Yulianto, A. E. (2023). Pengaruh Harga, Online Customer Review, Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Di

- Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(4).
- Lubis, R. S. B., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Gofood di Kota Batam. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 6(4), 354–364. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32493/drj.v6i4.30441>
- Maghfur, M. D., & Urip, W. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Astra Honda Motor Dipaciran Lamongan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(19), 1–18.
- Melfaliza, D., & Nizam, A. (2022). Pengaruh Promo Gratis Ongkir, Customer Review dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, 4(2), 1–13.
- Mindari, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Service Point Oriflame 1774 Sekayu. *Jurnal Ekonomika*, 13(01), 131–146. <https://doi.org/10.35334/jek.v13i01.2423>
- 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>
- Muqarrabin, R., Zebua, Y., & Nasution, S. L. (2022). Analysis of Product Quality, Price, Promotion, and Location Toward Purchase Decision. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 5(2), 720–730. <https://doi.org/10.31538/ijse.v5i2.2088>
- Prayosa, H., & Suwitho. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Honda Beat Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(11), 1–17.
- Puspika, Y., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Kelengkapan Produk , Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di PT Tanindo Plastik Batam. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 905–914. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3934>
- Rahayu, R., & Budiyanto. (2023). Pengaruh Harga, Ulasan Produk Dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Market Place Shopee (Studi Kasus Kepada Konsumen Shopee Di Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(6).
- Rahmawati, A. I. (2021). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas Pgrri Semarang). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Ekonomi Kreatif*, 1(1), 18–23. <https://doi.org/10.26877/jibeka.v1i1.3>
- Romanisyah, D., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Online

- Customer Review Dan Promo Gratis Ongkir Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Shopee. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 10(7), 3174–3180.
- Saputri, S. A., & Novitaningtyas, I. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Review Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Among Makarti*, 15(1), 65–76. <https://doi.org/10.52353/ama.v15i1.243>
- Sari, I. P., & Realize, R. (2023). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Di Kota Batam. *Jesya*, 6(2), 2177–2190. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1095>
- Saribu, H. D. T., Gulo, R. E. P., Rebecca, T., Sihotang, B. M., & Nadeak, A. E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Mark Dynamic Indonesia, Medan. *Jurnal Akrab Juara*, 5(3), 274–284. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203%0Ahttp://mpoc.org.my/malaysian-palm-oil-industry/>
- Sembiring, M. J., Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2022). The Impacts of Product Quality, Promotion, Brand Association, Purchase Decisions on Japanese Motorcycles. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 16(2), 214. <https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2022.v16.i02.p03>
- Sudrajat, A., Nuraini, U., & Hamidi, M. J. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Jazz. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(1). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v8i1.392>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Suryani, M., Adawiyah, N. N., & Erlin Beliya Syahputri. (2022). Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Sociolla Pada Masa Pandemi Covid-19. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(1), 49–74. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i1.416>
- Widyastuti, A. N., Pujiharto, P., Tubastuvi, N., & Santoso, S. B. (2020). The Effect of Marketing Mix on Purchase Decisions. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(2). <https://doi.org/10.18196/mb.11295>
- Winata, A., & Priyowidodo, A. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Media Sosial (Website) Terhadap Keputusan Pembelian PT. Duta Modernpack Jaya. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros/article/view/1301>
- Wulandari, H. P., & Subandiyah, A. E. (2022). Pengaruh Ulasan Produk, Harga

dan Pembayaran Non Tunai (Shopee paylater) terhadap Keputusan Pembelian pada Market Place Shopee di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 9(2), 80–93. <https://doi.org/10.54131/jbma.v9i2.138>