

## DAFTAR PUSTAKA

- Abu-Dalbouh, H. M., Freihat, M. M., Jawarneh, R. I., Salim, M. A. M., & Alateyah, S. A. (2025). Analyzing consumer decision-making in digital environments using random forest algorithm and statistical methods. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 16(3), 1186–1200. <https://doi.org/10.14569/IJACSA.2025.01603114>
- Alfiah, A., Purwantoro, H., & Rafi, M. (2025). Pengaruh desain produk dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Toko Alumunium Surya Jaya Gadang Kota Malang. *Jurnal Bening*, 12(1), 45–61.
- Anggraeni, A. A., & Tari, A. (2023). Pengaruh ulasan produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian generasi Z pada marketplace Shopee di Jember.
- Capriati, F., & Hikmah. (2024). Pengaruh kualitas produk, ulasan produk, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee di Kota Batam. *Scientia Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1–10.
- Daga, R. (2019). *Citra, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan*.
- Darmawan, K., Irdiana, S., Abrori, I., & Hakim, I. (2024). *Studi kelayakan bisnis: Teori & aplikasi*. Widya Gama Press.
- Elliyana, E., Agustina, T. S., Kadir, H., Imanuddin, B., Yuliani, Mohdari, H., Dwita, F., Rachman, S., & Bachtiar, N. K. (2022). *Dasar-dasar pemasaran*. Ahlimedia Press
- Firmansyah, M. Anang. (2018). *Cv Budi Utama Perilaku Konsumen (Perilaku Konsumen)*.
- Harita, E. (2023). “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen DI UD. Rendah Hati Kecamatan Teluk Dalam.” *KENDALI: Economics and Social Humanities* 1(2): 96–104.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). “Analisis regresi dan analisis jalur untuk riset bisnis menggunakan SPSS 29.0 & Smart-PLS 4.0”.
- 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>
- Kartiningrum, E. D., Notobroto, H. B., Otok, B. W., Kumarijati, N. E., & Yuswatiningsih, E. (2022). *Aplikasi regresi dan korelasi dalam analisis data hasil penelitian*.
- Kusumaningsih, S., Sutopo, J., & Nurlaeli, F. (2021). 6 IEEE Internet Computing *Buku Panduan Marketplace*. doi:10.1109/MIC.2002.1003125.
- Nanik, & Setiyowati. (2022). “Analisis Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Dan

Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee (Studi Kasus Pengguna Shopee Pada Mahasiswa UIN Walisongo Semarang Angkatan 2019-2021).”

- Pratama, G. B., & Ridanasti, E. (2023). “A Study of The Relationship Among Shopee *E-commerce Platform* E-Service Quality , E-Trust , E- Customer Satisfaction and Behavioral Intentions of Online Shopping Customers.” 3(2): 266–79.
- Sitorus, P. A. (2022). Mekanisme penetapan harga (price) dan kebijakan penentuan keuntungan (profit) ditinjau dari perspektif ekonomi Islam. *Attanmiyah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(1), 44–59.
- Pulungan, A. (2021). “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE SHOPEE*” (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan).” 143: 25.
- Amalia, D. L., Dahliani, Y., & Edi, B. Q. R. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(2), 16.
- Ceicillia Budianto, Tamriatin Hidayah, B. Q. R. E. (2022). Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(3), 66–80. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i3.18720>
- Firdan, M., & Artanto, F. A. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee pada Mahasiswa di Pekalongan. *BISMA : Business and Management Journal*, 2(1), 73–80. <https://doi.org/10.59966/bisma.v2i1.576>
- Jihan Fauziah Umardi, Iswati Iswati, & Anis Fitriyarsari. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Platform Shopee di Surabaya Selatan. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 2(3), 85–98. <https://doi.org/10.55606/makreju.v2i3.3213>
- Muhammad Bahanan, Rezha Isyraqi Qastalano, R. A. J. (2024). *Vol . 1 No . 2 Edisi Desember PENINGKATAN LITERASI DIGITAL MARKETING UMKM*. 1(2), 122–131.
- Mustahif, A., & A Setiawan, B. (2024). Dampak Harga dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian di Shopee pada Mahasiswa Program Sarjana Universitas Sangga Buana YPKP Tahun 2024. *Jurnal Digital Bisnis, Modal Manusia, Marketing, Entrepreneurship, Finance, & Strategi Bisnis (Dimensi)*, 4(2), 60–67. <https://doi.org/10.32897/dimensi.v4i2.3756>
- Qastalano, R. I., & Nugroho, R. A. (2024). The Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Content Marketing terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Akuntansi Pajak Dan Manajemen*, 7(2), 93–103. <https://doi.org/10.37601/tajam.v7i2.298>

- Sitorus Pratiwi Anggi. (2022). Mekanisme Penetapan Harga (Price) Dan Kebijakan Penentuan Keuntungan (Profit) Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam. *Attanmiyah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 44–59. <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.); disi Kedua). ALFABETA, cv.
- Wikantari, M. A. (2023). the Effect of Customer Reviews, Product Price, and Service Quality on Purchase Decisions With Moderated Brand Image in E-Commerce Applications. *Jurnal Bisnis Strategi*, 32(1), 92–101. <https://doi.org/10.14710/jbs.32.1.92-101>