

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi dan Hermawan. (2013). *E-Business & E-Commerce*. Yogyakarta: Andi.
- Anwar, R. K., & Rusmana, A. (2017). *Komunikasi Digital Berbentuk Media Sosial dalam Meningkatkan Kompetensi Bagi Kepala, Pustakawan, dan Tenaga Pengelola Perpustakaan (Studi kasus pada Sekolah/Madrasah di Desa Kayu Ambon, Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat)*. *Jurnal Aplikasi Ipteks Untuk Masyarakat*, 6(3), 204–208
- Arifin, M. Z., & Azhari, P. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Alfamart Kota Palangka Raya*. *Jurnal Al-Qardh*, 2 (2), 116-123.
- Creswell, John. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches, 5th edition*. Los Angeles: SAGE.
- Dewi O. I. dan Sutanto E. M. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Chang Tea di Surabaya*. *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 6, No. 2
- Dzulqarnain, Iskandar. (2019). *Pengaruh Filter Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember*.
- Farki, A., Baihaqi, I., & Wibawa, Berto M. (2016). *Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia*. Surabaya : Penerbit Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- Goyette, Isabelle & Ricard, Line & Bergeron, Jasmin & Marticotte, Francois. (2010). *E-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context*. *Canadian Journal of Administrative Sciences / Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*. 27. 5 - 23. 10.1002/cjas.129.
- Hamida, I. A., & Amron. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Makanan Menggunakan Layanan Pesan-Antar Shopee Food (Studi Pada Pengguna Shopee Food Di Kota Semarang)*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Vol. 25 No. 1, 33-42.

- Heryana, Ade. (2020). *Analisis Data Penelitian Kuantitatif*. 10.13140/RG.2.2.31268.91529.
https://www.researchgate.net/publication/342476833_Analisis_Data_Penelitian_Kuantitatif
- Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta: Gramedia
- Kennedy, Jhon E & R. Dermawan Soemanagara. (2006). *Marketing Communication*. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer.
- Kotler, Amstrong (2004). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga:Jakarta.
- Kotler, Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Kotler dan Keller. (2014). *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2014). *Buku Prinsip Prinsip Pemasaran By Philip Kotler Gary Armstrong Edisi 12 Jilid I&2. Edisi Ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler dan Gary Amstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1, Edisi "Kesembilan"*. Jakarta: Erlangga.
- Lee, E.-J. & Shin, S.Y. (2014). *When do consumers buy online product reviews? Effects of review quality, product type, and reviewer's photo*. *Computers in Human Behavior*, 31, 356–366.
- Magfira, N. (2019). *Pengaruh kualitas barang terhadap keputusan pembelian pada aplikasi shopee (Studi pada mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Negeri Makassar)* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Makassar).
- Marthalia, G. (2019). *Pengaruh Konten Promosi Shopee di Media Sosial Terhadap Minat Beli*.
- Nurdiana, A., Putri, D., Soehadi, A., & Wijanarti, S. (2019). *Analisis Pengaruh Overall Experience Terhadap Memorable Tourism dan Revisit Intention*. GARUDA (Global Research On Tourism Development And Advancement), 2(2), 96-118. doi:10.21632/garuda.2.2.96-118
- Perreault, WD, Cannon, JP & McCarthy, EJ. (2017). *Essentials of Marketing: A Marketing Strategy Planning Approach*, 15th ed, diakses 21 Oktober 2019, <https://www.nima.today/wp-content/uploads/2018/11/Essentials-OfMarketing-William-D.-Perreault-Joseph-P.-Cannon-And-E.-Jerome-Mccarthy.pdf>

- Priansa, DJ (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial, 1st ed.* Pustaka Setia, Bandung.
- Rizal, Y. A., & Paramita, S. (2021). *Pengaruh Promosi Shopee 9.9 Super Shopping Day terhadap Minat Beli Penggunanya Selama Pembatasan Sosial Berskala Besar di Wilayah DKI Jakarta.* *Prologia*, 5(2), 223–230. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i2.10132>
- Safitri, A. A. (2021). *Pengaruh Karakteristik Pesan pada Media Sosial dalam Membentuk User Engagement: (Studi Analisis Isi pada Akun Instagram Netflix Indonesia).* *JURNAL LENSEA MUTIARA KOMUNIKASI*, 5(2), 128–144. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i2.2434>
- Sahetapy, Joefer Pratama. (2013). *Diferensiasi Produk, Strategi Merek, Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Meubel UD Sinar Sakti Manando.* *Journal emba . vol 1 no.3*
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta. Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif.* Bandung: Alfabeta.
- Suharman, Z Miska. (2016). *Validitas Prediksi Tes Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru Terhadap Prestasi Belajar.* Suharman. *Jurnal Meurunoe* 3 (1), 55-65, 2016
- Sulaeman, A., Komarudin, K., & Rahayu, S. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Motor Kawasaki pada Pt. Kawansakti Adhisejahtera Bintaro Tangerang Selatan.* *Jurnal Arastirma*, 1(1), 68-75. [doi:http://dx.doi.org/10.32493/arastirma.v1i1.10063](http://dx.doi.org/10.32493/arastirma.v1i1.10063)
- Vera Mei Utami (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.* *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen: Volume 5, Nomor 7*
- Wardani, P. A., Reinaldy, F. R., & Tyas, I. P. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Keputusan Pembelian Makanan dengan Menggunakan Jasa Shopeefood.* *Literasi; jurnal Kajian Keislaman Multi-Perspektif* Vol. 2, No. 1, 163-192.