

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfian, I., & Marpaung, M. (2017). ANALISIS PENGARUH LABEL HALAL, BRAND DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KOTA MEDAN. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(1), 118–141. <https://doi.org/10.30821/AJEI.V2I1.777>
- Fandy Tjiptono, G. C. (2014). *Service, Quality & Satisfaction -3/E*. ANDI.
- Fandy Tjiptono, Ph. D. (2015). *Strategi Pemasaran : Promosi Iklan, Media sosial, Kompetitif Market, Distribusi, Pelanggan, Pasar, Branding, Produk, Harga*. 506.
- Fandy Tjiptono, U. S. (2018). Strategi pemasaran dalam perspektif perilaku konsumen. *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen*, 848.
- Habibah, H., Hamdani, I., & Lisnawati, S. (2018). Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi pada Perempuan Muslim di Kota Bogor). *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2), 233–261. <https://ejournal.iaisyarifuddin.ac.id/index.php/iqtishoduna/article/view/233>
- Hariyanto, H., Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2021). Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko Online di Shopee. *Jurnal Teknik ITS*, 9(2), A234–A239. <https://doi.org/10.12962/j23373539.v9i2.56728>
- Himayati. (2008). *Eksplorasi Zahir accounting*. elex media komputindo.
- Indriantoro, Nur., & Supomo, Bambang. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis : untuk akuntansi dan manajemen*. BPFE-Yogyakarta.
- Istiqomah, M., & Marlina, N. (2020). Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashion. *Jurnal Manajemen*, 12(2).
- Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee di Mojokerto. *Maker*, 6(1), 31–42. <https://doi.org/10.37403/MJM.V6I1.143>
- Lackermair, G., Kailer, D., & Kanmaz, K. (2013). Importance of Online Product Reviews from a Consumer's Perspective. *Advances in Economics and Business*, 1(1), 1–5. <https://doi.org/10.13189/AEB.2013.010101>
- 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>
- Ningtyas, G. S. (2021). *Pengaruh E-Wom, Customer Review Dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee*.
- Novita, S. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pakaian ImporSecond Di Pasar Jongkok (PJ) Tembilahan KabupatenIndragiri Hilir Dalam Perspektif Ekonomi Islam*.
- Nurul, M., Soewarno, N., & Isnalita, I. (2019). Pengaruh Jumlah Pengunjung, Ulasan Produk, Reputasi Toko Dan Status Gold Badge pada Penjualan Dalam Tokopedia. *E-Jurnal Akuntansi*, 28(3), 1855–1865. <https://doi.org/10.24843/EJA.2019.V28.I03.P14>
- Philip, K., & Armstrong, G. (2016). *Principles of marketing*. Pearson Education Limited.
- Philip Kotler, K. L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 -13/E*. Erlangga.
- Saripa. (2019). *PENGARUH ULASAN DAN PENILAIAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI TOKOPEDIA (STUDI KASUS 3 KECAMATAN DIKOTA MAKASSAR)*. <http://repository.stienobel-indonesia.ac.id/en/handle/123456789/268>
- Shafa, P. M., & Hariyanto, J. (2020). *PENGARUH HARGA, ULASAN PRODUK, DAN METODE PEMBAYARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM BERBELANJA ONLINE MELALUI APLIKASI SHOPEE(Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Bekasi)*.  
*Shopee Indonesia*. (2021). <https://shopee.co.id/>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian manajemen*. Alfabeta. <https://onsearch.id/Record/IOS13473.INLIS0000000000003731>
- Sugiyono. (2014). *Memahami penelitian kualitatif*. Alfabeta. <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=15364>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Alfabeta. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=911046>
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif*. Alfabeta. <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=22862>
- Sugiyono, Prof. Dr. (2017). *METODE PENELITIAN KUALITATIF*. CV ALFABETA.
- Suparyanto, RW. (2015). *Manajemen pemasaran*. in Media.

Tusanputri, A. V., & Amron. (2021). Pengaruh iklan dan program gratis ongkir terhadap keputusan pembelian pada platform e-commerce Tiktok shop. *Journal FEB UNMUL*, Vol 23(No 4).

Wibowo. (2012). *Manajemen kinerja*. Rajawali Pers.  
<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=968273>