

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, H. (2021). Tujuan Penetapan Harga Menurut Para Ahli, Metode, dan Strateginya. Dari <https://www.liputan6.com/hot/read/4651133/tujuan-penetapan-harga-menurut-para-ahli-metode-dan-strateginya>
- Adiba, N. (2023). *Pengaruh Sales Promotion Dan Keragaman Produk Terhadap Minat Beli di E-Commerce Pada Mahasiswa Ekonomi FKIP UNIVERSITAS JAMBI* (Doctoral dissertation, Universitas Jambi).
- Agustina, N. H. (2023). *Pengaruh Keragaman Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada TikTok Shop (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Hasanuddin)* (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Ananda, F. (2023). *Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online Pada Shopee Di Kota Makassar* (Doctoral dissertation, Institut Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia).
- Andromeda, K. (2015). *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Keragaman Produk Pakaian Via Online Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi kasus pada mahasiswa belanja online pada FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Arwiedya, M. R., & Sugiarto, S. (2011). *Analisis Pengaruh Harga, Jenis Media Promosi, Resiko Kinerja, dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Fashion Online yang bertindak sebagai Reseller yang ada di Indonesia)* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Astuti, L. G. A., Kusumawijaya, I. K., & Junipisa, N. M. E. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Bubuk Cap Mutiara Di Pupuan. Journal Research of Management, 4(2), 144-152.*
- Aulia, T. (2023). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee di Bandar Lampung. Journal Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology (SMART), 2(2), 58-69.*
- Deepublish Store. (2021). Definisi Operasional : Tujuan, Manfaat dan Cara Membuat. Dari <https://deepublishstore.com/blog/definisi-operasional/>

- Djiepangestu, E., & Iskandar, D. A. I. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia. *KALBISIANA Jurnal Sains, Bisnis dan Teknologi*, 9(4), 645-653.
- Faradita, P. A., & Widjajanti, K. (2023). *Pengaruh Online Customer Review, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia. Solusi*, 21(2), 543-554.
- Fitri, S. Y., & Susanti, F. (2023). *Harga, Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Aplikasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee (Studi Pada Mahasiswa STKIP Dan STIE Widyaswara Indonesia Solok Selatan)*. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen*, 1(2), 140-159.
- Giswantar. (2015). *Optimasi Parameter Pembuatan Nata De Leri Menggunakan Statistical Experimental Design-repository perpustakaan. Ump.ac.id*
- GoodStats Data. (n.d.). Merek Fesyen Lokal yang Jadi Favorit Masyarakat Indonesia Versi Goodstats. Dari <https://data.goodstats.id/statistic/merek-fesyen-lokal-yang-jadi-favorit-masyarakat-indonesia-versi-goodstats-mavFg>
- Lasfiana, E., & Elpanso, E. (2023). *Pengaruh Harga, Kepercayaan, Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Tiktok Shop*. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 7657-7667.
- Marpaung, I. R., & Lubis, F. A. (2022). *Pengaruh Iklan, Sistem Cod, Dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktokshop (Studi Kasus Pada Mahasiswa Uin Sumatera Utara)*. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 9(3), 1477-1491.
- Miqdad, A. N., Wahono, B., & Novianto, A. S. (2023). *Pengaruh Harga, Online Customer Rating, Dan Sistem Pembayaran Cash On Delivery Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Tiktok Shop (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UNISMA Angkatan 2019)*. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).
- Mita, M., Pranatasari, F. D., & Kristia, K. (2021). *Analisis Pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan, dan Ulasan Konsumen Daring Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee*. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 548-557.
- Mongol, P., Purba, B., Tulim, A., Tarigan, P. S., & Pratiwi, E. A. (2023). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan E-Commerce, Harga dan Gaya Hidup Terhadap*

Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi), 9(3), 749-755.

Nurlinda, (2021). Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan. Dari <https://www.researchgate.net/profile/Nurlinda>

Nurmalasari, N. (2023). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Kualitas Informasi Aplikasi E-Commerce Shopee Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Ekonomi Integra*, 13(1), 52-62.

Objek Penelitian: *Pengertian, Macam, Prinsip, dan Cara Menentukannya*. dari <https://www.gramedia.com/literasi/objek-penelitian/>

Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023: Databoks.(n.d.).Dari<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internetdi-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>

Pramesti, D. Y., Widyastuti, S., & Riskarini, D. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, dan Promosi E-Commerce Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee. JIMP: Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila*, 1(1), 27-39.

Priyono, M. B., & Sari, D. P. (2023). *Dampak Aplikasi Tiktok Dan Tiktok Shop Terhadap UMKM Di Indonesia. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(17), 497-506.

Putri, A. R., Saadah, D. M., Nurkamillah, I., Yonathan, S., Yuliana, S. S., & Firmansyah, R. (2023). *Peran E-commerce Sebagai Media Komunikasi Bisnis Dalam Peningkatan Penjualan UMKM Salaut Di Universitas Teknologi Digital. Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum*, 1(3), 01-16.

Putri, D. P. E., Rismawati, D. A., Lestari, M. S., Pravitasari, N., Saputri, P., Wahyudi, R., & Rahmawati, Y. (2023). *Pengaruh Harga, Promosi, Ulasan Produk, Dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace TikTok Shop. Academica: Journal of Multidisciplinary Studies*, 7(1), 67-92.

Rahmawati, N. D., Winarso, W., & Anas, H. (2023). Pengaruh Flash Sale, Live Shopping, dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Brand Skintific di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economina*, 2(10), 2740-2755.

Rizaty, M. A., & Bayu, D. (2023). Data Jumlah Pengguna TikTok di Indonesia hingga Oktober 2023. Retrieved from <https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/data-jumlah-pengguna-tiktok-di-indonesia-hingga-oktober-2023>

- Rozi, I. A., & Khuzaini, K. (2021). *Pengaruh Harga, Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(5).
- Salmaa. (2022). *Variabel Penelitian: Pengertian, Macam-Macam, dan Cara Menentukannya*. Dari <https://penerbitdeepublish.com/variabel-penelitian/>
- Setyarko, Y. (2016). *Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online*. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 5(2), 128-147.
- Simamora, A. A. N., & Fatira, M. (2019). *Kemudahan aplikasi dan keragaman produk dalam membentuk keputusan pembelian generasi milenial berbelanja secara online*. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 8(2), 213-222.
- Sugiyono, 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Suhardi, Y., Syachroni, A., Burda, A., & Darmawan, A. (2020). *Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. *Jurnal stei ekonomi*, 29(02), 17-30.
- Suryana, P., & Muliastari, I. (2018). *Harga Dan Proses Terhadap Kepuasan Konsumen Kafe Instamie Di Kota Bandung*. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 11(1), 15-24.
- Swesti Mahardini, S. M. (2023). *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. Marketplace Shopee: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian*.
- Theresia, C., & Parameswari, R. (2023). *Pengaruh Viral Marketing, Online Customer Review, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare Somethinc Melalui Marketplace Shopee Indonesia*. *EMaBi: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 2(1), 146-152.
- Ulfa, B. N., Santoso, S. I., & Prastiwi, W. D. (2023). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Secara Online Di Kota Jakarta Selatan* (Doctoral dissertation, Program Studi S1 Agribisnis Departemen Pertanian).
- Wulansari, D. (2023). *Pengaruh Promosi Penjualan, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada E-Commerce Shopee*. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS EKONOMI*, 1(1), 78-89.