

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2024). *5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/10/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>
- Alfirdausi, K., & Marpaung, N. (2023). Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee di Kabupaten Bekasi. *Jurnal Parameter*, 7(1), 181–192. <https://doi.org/10.37751/parameter.v7i1.196>
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. CV Alfabeta.
- Angkowo, R., & Kosasih, A. (2007). *Optimalisasi Media Pembelajaran* (1st ed.). Grasindo.
- Ardianto, K., Nuriska, F., & Nirawati, L. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Emina Pada Official Store Shopee Di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(2), 62–75.
- Artawan, I., Kusuma, I., & Jodi, I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Apotek Indra Denpasar. *VALUES*, 3(8), 691–702.
- Astuti, W., Reny, A., Tandiono, D., & Calvin. (2023). Harga, Promosi, Ulasan, Dan Foto Produk Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(1), 159–176.
- Atmadjati, A. (2018). *Layanan Prima dalam Praktik Saat Ini*. Deepublish.
- Efnita, T. (2017). Effect Of Variation Of Products, The Service Quality, Price And Location On Customer Satisfaction Wedding Organizer. *Journal AdBispreneur*, 2(2), 107–115.
- Fadhilah, M., Cahya, A., & Melania, C. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dengan Word Of Mouth Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 24(3).
- Faradisa, I., Hasiholan, L., & Minarsih, M. (2016). Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Indonesian Coffeeshop Semarang (Icos Café). *Journal of Management*, 2(2).
- Febriansyah, & Triputra, G. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis Darmajaya*. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 7(1), 70–88.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Groover, M. (2019). *Fundamentals of Modern Manufacturing: Materials, Processes, and Systems* (7th Editio). John Wiley & Sons, Inc.
- Harmayani, H., Marpaung, D., Hamzah, A., Mulyani, N., & Hutahaean, J. (2020). *E-Commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Hawkins, D., Mothersbaugh, D., & Best, R. (2007). *Consumer Behaviour, Building Marketing Strategy* (10th editi). McGraw-Hill.
- Ibzan, E., Balarabe, F., & Jakada, B. (2016). Consumer Satisfaction and Repurchase

- Intentions. *Developing Country Studies*, 6(2), 96–100.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Jurnal Manajemen*, 6(May), 31–42.
- Kasmir. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik)*. PT Rajagrafindo Persada.
- Khuswatun, A., & Yuliati. (2022). Pengaruh Variasi Produk , Harga , Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Kasus Pada Konsumen Minuman Kekinian Zoomboba Tlogomulyo). *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 5, 341–349.
- Kim, H., Lee, S., & Park, K. (2019). Influence of Social Media and Peer Groups on Consumer Decision- Making. *Journal of Advertising Research*, 4(5), 320–335.
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Mile). Prenhalindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (jilid 1). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Krismonanda, F., & Iskandar. (2021). Pengaruh Variasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Susu Setia Di Tenggara. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Indonesia*, 21(2), 36–48.
- 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>
- Laksana, M. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. CV Al Fath Zuma. Khalifah Mediatama.
- Lee, E., & Shin, S. (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.
- Nasrifah, M. (2022). Peningkatan Loyalitas Konsumen Yang Berbasis Kualitas Produk. *JEKOBIS : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 139–142.
- Nasution, A. (2020). Integrasi Media Sosial dalam Pembelajaran generasi Z. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Pendidikan*. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Pendidikan*, 13(1), 80–86.
- Nofri, O., & Wijaksana, T. (2021). Analisa Pengaruh Promosi Tanggal Istimewa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Di Marketplace Shopee (Studi Di Provinsi Sumatera Barat). *E-Proceeding of Management*, 8(6), 8514–8522.
- Nurul, M., Soewarno, N., & Isnalita. (2019). Pengaruh Jumlah Pengunjung, Ulasan Produk, Reputasi Toko Dan Status Gold Badge pada Penjualan Dalam Tokopedia. *E Jurnal Akuntansi*, 28(3), 1855–1865.
- Pawarti, G., Ngatno, & Hadi, S. (2022). Pengaruh Variasi Produk Terhadap Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Supermaret Toko Pomo, Boyolali). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(1), 1–8.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*.

Salemba Empat.

- Prasetya, B., Farida, U., & Wijianto. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Perlengkapan Olahraga (Studi Kasus Konsumen Tukol Sport Ponorogo). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 7(1), 156–169.
- Rahayu, A. (2018). *Pengantar Pemerintahan Daerah Teori Hukum Dan Aplikasinya*. Sinar Grafika.
- Rahmandika, M., & Rohman, F. (2022). Pengalaman Pelanggan, Ulasan Pelanggan Secara Daring, Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 01(1), 1–12.
- Rahmawati, P. (2015). Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Roti Breadtalk Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), 89–98.
- Ridho, M., Murdiyanto, E., & Rahmawati, Z. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Vandee Sport Kediri. *Jurnal Ilmu Sosial*, 01(05), 50–60.
- Rozi, I., & Khuzaini. (2021). Pengaruh Harga, Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(5), 1–20.
- Sari, D. (2018). Hubungan antara Self Efficacy dengan Self Care pada Penderita Diabetes Mellitus Tipe 2 di Poliklinik Penyakit Dalam RSUP M. Djamil Padang 2018. In *Skripsi*. Universitas Andalas Padang.
- Saripa. (2019). Pengaruh Ulasan Dan Penilaian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Tokopedia (Studi Kasus 3 Kecamatan Dikota Makassar). In *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ekonomi Nobel Indonesia Makassar.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2015). *Consumer Behaviour* (Eighth Edi). Pearson Prentice Hal.
- Sebastian, A., & Pramono, R. (2021). Pengaruh Perceived Value, Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Outlet Nike Di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(3), 698–711.
- Siboro, S., & Eddy. (2022). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Keamanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee. *The Opportunity of Digital and Technology Disruption*, 130–145.
- Sinaga, M., Situmorang, M., & Hutabarat, W. (2016). Implementation Of Innovative Learning Material To Improve Students Competence On Chemistry. *Indian Journal of Pharmaceutical Education And Research*, 53(1).
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian & Pengembangan Research and Development*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). Perilaku Konsumen dan Pemasaran. In *Perilaku Konsumen dan Pemasaran* (p. 248). CAPS.
- Suryani, T. (2017). *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global*. Prenamedia Group.
- Tetano, V., & Dharmayanti, D. (2014). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap

- Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variable Intervening di Breadtalk Surabaya Town Square. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–12.
- Tjiptono dan Chandra. (2019). *Service, Quality & Customer Satisfaction* (edisi 5). Andi Offset.
- Utama, M., & Ngatno. (2017). Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Ulang melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Gelael Mall Ciputra Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(3), 144–155.
- Wibowo, F., & Wijastuti, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi Kasus Pada Brand Manly Cloth di Kota Sukoharjo). *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(4), 766–775.
- Widyarani, N. (2009). *Psikologi Populer: Kunci Pengembangan Diri*. PT Elex Media Komputindo.
- Widyawati, R., & Danarwati, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Alat-Alat Olahraga Di Toko Setia Sport Wonogiri. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 19(2), 78–92.
- Wiyono, G. (2020). *Merancang Penelitian Bisnis Dengan Alat Analisis SPSS 25 & SmartPLS 3.2.8* (2nd ed.). UPP STIM YKPN.