

DAFTAR PUSTAKA

- Aningtyas, E. S., & Supriyono, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk Zoya di Outlet Kediri. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 1592. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i3.2588>
- Angel, B. (2021). Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada Mahasiswa Kampus 1 Universitas Kristen Krida Wacana. 16(1).
- Apriliani, D., Baqiyyatus S, N., Febila, R., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, *Brand image*, Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Pada Membercard. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-Bisma)*, 1(1), 19–28. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v0i0.214>
- Asta, I. N., & Jaya, G. (2019). Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Perkembangan industri otomotif di Indonesia sangat cepat dan cenderung meningkat tiap tahunnya , seiring dengan kebutuhan dan perminta. 8(1), 7458–7485.
- Aprialita, T. S., & Rufial, R. (2024). Pengaruh Harga Produk, Ulasan Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Body Lotion Scarlett Whitening Di E-Commerce Sociolla. *Ikraith-Ekonomika*, 7(1), 33–44. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i1.3278>
- Asdiansyuri, U., Fariantin, H. E., Octavia, Y. F., & Satiawati, E. (2024). Pengaruh Metode Pembayaran Paylater, Cod Dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Ganec Swara*, 18(3), 1752. <https://doi.org/10.35327/gara.v18i3.1049>
- Bulan, T. (2021). Pengaruh Ulasan Produk dan Metode Pembayaran terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 5(2), 592–602.
- Dharma, R. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kepercayaan, Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Padang Tour Wisata Pulau Padang. *EKOBISTEK Fakultas Ekonomi ISSN 2301-5268 | E-ISSN 2527-9483*, 6(2), 349–359.
- Dwi, I. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Minat Beli. (Studi Bengkel AHASS 0002-Astra Motor Siliwangi Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis.*, 1, 37–45.
- Febrian, F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Lembur Batik. *Ekono Insentif*, 13(1), 41–55. <https://doi.org/10.36787/jei.v13i1.86>
- Firmansyah. (2021). pengaruh word of mouth (wom) dan *Brand image* terhadap Keputusan Pembelian smartphone oppo. *Pengaruh Word of Mouth (Wom) Dan Brand image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone (Studi Kasus Pada Mahasiswa Iais Syzrifudin Lumajang)*, 1(1), 133–142.
- Halim, N. R., Iskandar, D. A., Bisnis, F., & Teknologi, I. (2019). Terhadap Minat

Beli. 4(3), 415–424.

- Haryantini, H. (2019). Pengaruh Metode Pembayaran dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Go-Jek di Stasiun Depok Jawa Barat. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(1), 45. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i1.3604>
- Hendrianto, H., Natalisa, D., & Eka, D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Mobile Broadband Di Kota Palembang. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 16(1), 43. <https://doi.org/10.32524/jkb.v16i1.364>
- Hamdi, N., Wardani, R., & Zulkarnaen, Z. (2024). Pengaruh Metode Pembayaran Cash on Delivery (Cod), Gratis Ongkos Kirim Dan Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Amm Mataram). *Ganec Swara*, 18(1), 413. <https://doi.org/10.35327/gara.v18i1.776>
- 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>
- Indrawati, D. (2015). Pengaruh Metode Pembayaran Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab “Zoya.” *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 15(2), 302. <https://doi.org/10.17970/jrem.15.150207.id>
- Istiyanto, B. (2020). Analisis Pengaruh *Brand image*, Ulasan Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus Mobil LCGC di Surakarta). *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 1–8. <https://doi.org/10.26533/eksis.v12i1.75>
- Komariyah, S., & Subiyantoro, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Angkatan Tahun 2019-2020). *Jurnal Economina*, 2(9), 2644–2659. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.839>
- Kusuma, I. S. H. (2023). Pengaruh Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee di Kalangan Mahasiswa Kota Bandung. *International Journal Administration Business and Organization*, 4(2), 31–39. <https://doi.org/10.61242/ijabo.23.266>
- Kuswanto, & Vikaliana, R. (2020). Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 6(2), 195–210. https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v6i2.431
- Kurniawati, T., Irawan, B., & Prasodjo, A. (2019). Analisis Pengaruh Ulasan Produk, Ulasan Produk, dan *Brand image* Terhadap Minat Beli Konsumen Restoran Pizza Hut Cabang Jember. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 147. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v6i2.11159>
- Lq, L., Lv, F., Lpsruwdqw, D. Y. H. U., Lq, I., & Dfwlylwlhv, P. (2020). Pengaruh Promosi, Ulasan Produk, Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 2(3), 18–23. https://doi.org/10.26460/ed_en.v2i3.1594
- Mochtar, M. M. I., Mandey, S. L., & Pondaag, J. J. (2022). (55). Pengaruh Media Sosial, Metode Pembayaran, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Makanan dan Minuman di Cinema XXI Manado Town Square. *Jurnal*

EMBA, 10(4), 1807–1818.

- Maharani, N. L. P. A. P., & Ekawati, N. W. (2019). *Peran Minat Beli Konsumen Memediasi Pengaruh Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Berbelanja Clothing Online Melalui Instagram*. 8(9), 5672–5701.
- Mahfud, A., & Sasongko, T. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada. *Sanger Warung Kopi Aceh Kota Malang. Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akutansi*, 7(2), 130–136.
- Novianti, Endri, & Darlius. (2021). Minat Beli Memediasi Pengaruh Ulasan Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *VIII*(1), 90–108.
- Ogi, I. W., Moniharapon, S., & Diza, F. (2021). *Pengaruh Ulasan Produk, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Pt. Fifgroup Cabang Manado)*. 4(1), 109–119.
- Oktavenia, K. A. R., & Ardani, I. G. A. K. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Metode Pembayaran Sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(3), 1374. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i03.p08>
- Purwanti, A. A. (2019). Pengaruh Life Style, Kualitas Produk Dan Store Image Terhadap Keputusan Pembelian Astri. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Rohana, T. (2019). Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian. *Teknobuga*, 1(1), 28–32. <https://doi.org/10.1529/jtbb.v1i1.6404>
- Putri, L. E., & Asri Humaira, M. (2024). Pengaruh Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Karimah Tauhid*, 3(1), 694–702. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i1.9206>
- Ramadhani, A. N., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2022). Analisis Metode Pembayaran Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce: Tinjauan Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(1), 111–119. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v15i1.127>
- Roselina, M. A., & Niati, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Ulasan Produk Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Elsa Hijab Semarang. *Solusi*, 17(3), 221–234. <https://doi.org/10.26623/slsi.v17i3.1636>
- Saputri, M. H., Kurniawan, D., Mazna, M., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Ulasan Produk, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel (Studi Kasus Mahasiswa Di Lampung). *Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.24090/mabsya.v3i1.4320>
- Sari, M. P., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk YOU. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 2(1), 1–8. <http://jurnal.umitra.ac.id/index.php/JMB/article/view/510>
- Siboro, R. M., & Suhardi, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Minat Beli, Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Penggunaan Tokopedia Di Batam. *Jurnal Ekuivalensi*, 6(1), 118–132.
- Silape, B. R., & Mananeke, L. (2019). Keputusan Pembelian Laptop Pada

- Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat Influence of Brand image Pricing Strategy To Laptop Buying Decision in University Students At Economy and Business Faculty Sam Ratulangi.* 7(1), 961–970.
- Sitompul, S. S. (2019). model analisis pengaruh cita merek dan Ulasan Produk terhadap keputusan pembelian xiaomi smartphone. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Santia, L. Y., & Maftuchach, V. (2022). the Influence of Product Reviews, Prices and Payment Methods on Purchase Decisions for Shopee Application Users. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 2022. <http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi>
- Shafa, P. ., & Hariyanto, J. (2020). The Influence Of Prices, Product Reviews, And Payment Methods On Purchase Decisions In Online Shopping Through The Shopee Application(Case Study on Shopee Application Users in Bekasi). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1–17.
- Sharma, S., & Kumar, S. (2023). Insights into the Impact of Online Product Reviews on Consumer Purchasing Decisions: A Survey-based Analysis of Brands' Response Strategies. *Scholedge International Journal of Management & Development ISSN 2394-3378*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.19085/sijmd100101>
- Sultan, L., & Kasim, S. (2022). *Marketplace Shopee Ditinjau Menurut*. 1(1), 51–60.
- Tegar Mulya Aji R. (2023). The Influence of Product Reviews, Trust, and Marketing Content on Tiktok on Jiniso's Product Purchase Decisions. *Formosa Journal of Sustainable Research*, 2(4), 899–918. <https://doi.org/10.55927/fjsr.v2i4.3613>
- Wijaya, A., & Riyadi, A. (2024). Pengaruh Ulasan Produk dan Rating terhadap Minat Beli pada Aplikasi Lazada di Sampit. *Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol. 9 No.(Vol 9 No 1 (2024): Januari 2024), 56–65.
- Zhou, Y. (2024). The Impact of Payment Methods on Consumer Behavior in the E-commerce Environment. *International Journal of Web Based Communities*, 20(3/4). <https://doi.org/10.1504/ijwbc.2024.10061791>