

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianti, A. N., & Widiartanto, M. A. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee . *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–11.
- Arief Aulia Fahmy, Wiyadi Wiyadi, Muzakar Isa, & Zulfa Irawati. (2024). The Influence of Brand Image and Price Perceptions on Purchasing Decisions Mediated by Consumer Buying Interest in Levi Strauss & Co. *Brilliant International Journal Of Management And Tourism*, 4(1), 117–136.
<https://doi.org/10.55606/bijmt.v4i1.2672>
- Asna. (2010). Analisis Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sepeda Motor pada Mahasiswa Se-Malang Raya. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 6(2), 130–139.
<http://ejournal.ukanjuruhan.ac.id>
- Ayu, A., Lestari, D., & Merthayasa, A. (2022). *Peran Teknologi Dalam Perubahan Bisnis Di Era Globalisasi*. 7(11), 2548–1398.
<https://doi.org/10.36418/Syntax-Literate.V6i6>
- Aziz, R. R. R., Hanfan, A., & Susilawati, A. D. (2022). Pengaruh Persepsi Citra Merek, Persepsi Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Distro Bloods di Kota Tegal. *Konsentrasi: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 1–8.
<https://doi.org/10.24905/konsentrasi.v3i1.30>
- Daniswara, A., & Rahardjo, S. T. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Loyalitas. *Diponegoro Journal of Management*, 12(1), 1–13.
- Darmawan, A. T., & Setiawan, M. B. (2024). PENGARUH INFLUENCER MARKETING, ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Pembelian Produk Erigo Di Kota Semarang). *Jesya*, 7(1), 778–789.
<https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1412>
- Devi, A. C., & Fadli, U. M. (2023). Analisis Keputusan Pembelian Produk E-Commerce Shopee Di Kalangan Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Journal of Student Research (JSR)*, 1(5), 113–123.
- Diah Ayu Sekarnadi, Handy Aribowo, Anis Fitriyasari, Iswati Iswati, & Ageng Pratiwi. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Persepsi Harga Dan Kestrategisan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Busana Muslim MCP.

MENAWAN : Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi, 2(1), 181–194.
<https://doi.org/10.61132/menawan.v2i1.156>

Dwijantoro, Dwi. dan S. (2021). Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee*, 4(2), 172–178.

Efendi, Ach., & Chrismardani, Y. (2022). Pengaruh E-Wom Dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Produk Fashion Secara Online Di Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura). *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 1(4), 365–372.
<https://doi.org/10.21107/jkim.v1i4.13493>

Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98.
<https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>

Herdian Akbar, Osly Usman, & Dewi Agustin Pratama Sari. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, E-Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion Lokal. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(3), 891–905.
<https://doi.org/10.21009/jbmk.0303.21>

Hutabalian, M. A., Damanik, H. M., & ... (2023). the Influence of Price Perception, Brand Trust, and Customer Reviews on the Purchase Decision of Fashion Products in E *Jurnal Penelitian ...*, 8(3), 575–584.
<https://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jpensi/article/view/1733>

Jl., A., Hamka, P., Km, N., Ngaliyan, K., & Semarang, K. (2024). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Online di Marketplace Shopee Alfin Muslikhun semakin meningkat . Hasil survey dari (Similarweb , 2023) menyatakan di tahun 2023 , pembelian online . Selain itu juga penelitian dari (Oktaviana. 4.*

Lestari, D. P., & Widjanarko, W. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan E-Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Jiniso.Id Di Marketplace Shopee. *Jurnal Economina*, 2(3), 753–765.
<https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.398>

Melati, R., Yusnita, R. T., & Rahwana, K. A. (2022). Purchasing Decision Analysis Is Reviewed From Lifestyle, Price Perception And Product Quality. *Journal of Indonesian Management*, 2(3).
<https://doi.org/10.53697/jim.v2i3.947>

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>
- Mustofa, A. N., & Wiyadi, W. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 18(1), 136–147.
<https://doi.org/10.32534/jv.v18i1.3875>
- PELENGKAHU, R. M., Tumbuan, W. J. F. A., & Roring, F. (2023). Pengaruh Promosi, Physical Evidence, Harga Pemasaran Digital Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Di Kota Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(1), 786–797.
<https://doi.org/10.35794/emba.v11i1.46181>
- Philip Kotler, K. L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Maulana Adi & Hayati Sri Yayat, Eds.; 13th ed., Vol. 2). Erlangga.
- Produk, P. K., Merek, C., Persepsi, D. A. N., & Yogyakarta, D. I. (2022). *Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Di*. 7.
- Putri, S. A., Safitri, M., Yovita, L., & Oktavia, V. (2024). Pengaruh E-WOM terhadap Keputusan Pembelian Brand Uniqlo dengan Brand Image & Brand Trust sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus: Mahasiswa FEB Universitas Dian Nuswantoro Semarang). *Journal of Social Science Research*, 4(1), 5988–6003.
<https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/8270>
- Rahayu, N. P. W., & Cahyani, N. L. P. C. D. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lampung Beauty Care. *Jurnal Manajemen*, 17(2), 15–45.
- Rendelangi, A. B., Sahyuni, S., & Manan, L. A. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Alvian Resa Prianto Desa Ambaipua Kecamatan Ranomeeto Kabupaten Konawe Selatan. *Sultra Journal of Economic and Business*, 4(1), 60–71.
<https://doi.org/10.54297/sjeb.v4i1.454>
- Rimbahari, A., Widjayanti, R. E., & Thahira, A. (2023). Pengaruh Viral Marketing Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Platform Tiktok. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 6(2), 457.
<https://doi.org/10.25273/capital.v6i2.15304>
- Siwi, B. K., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, Lokasi dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Taman Gaharu Kabupaten Kendal. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 1156. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.536>

- Sukri, S. Al. (2024). *Pengaruh Brand Image , Fashion Lifestyle dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Branded Preloved The Influence of Brand Image , Fashion Lifestyle , and Price Perception on the Purchase Decision of Branded Preloved Clothing*. 3, 44–52.
- Suwanto, R. N. N. I. (2022). *Pengantar Manajemen* (Ahman Eeng, Ed.; 1st ed., Vol. 1). PT Rajagrafindo Persada.
- Wijaya, D. oka purnama. (2022). Pengaruh Desain Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (survei pada konsumen toko busana muslim toko Rizar Collection). *Competitive*, 17(1), 19–27.
<https://doi.org/10.36618/competitive.v17i1.1927>