

DAFTAR PUSTAKA

- A, Q. (n.d.). *Pengertian Kerangka Pemikiran: Cara Membuat dan Contoh*. Gramedia Blog. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-kerangka-pemikiran/>
- Anonim. (n.d.). Danau Panggang, Hulu Sungai Utara. *WIKIPEDIA*. https://id.wikipedia.org/wiki/Danau_Panggang,_Hulu_Sungai_Utara
- APJII. (2024). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. APJII. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Are, A. K. P., & Setyorini, R. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Kepercayaan Konsumen terhadap Niat Beli Produk di Shopee Indonesia. *Dinamika Ekonomi Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 12(2), 216–230.
- ASIYAH. (2021). *PENGARUH PENILAIAN PRODUK DAN ONGKOS KIRIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SHOPEE DI KABUPATEN PONOROGO*.
- Br Marbun, M., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716–727. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1134>
- Cincin Rohmatulloh, D. S. (2022). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Shopee. *Universitas Telkom, Bandung*.
- Ekonomi, D. (2023). *Marketplace Adalah*. Sarjana.Co.Id. <https://sarjanaekonomi.co.id/marketplace/>
- Gischa, V. K. M. P. S. (2021). Pengertian Hipotesis Menurut Para Ahli, Fungsi, Ciri, dan Manfaatnya. *Kompas.Com*. <https://www.kompas.com/skola/read/2021/11/10/140000969/pengertian-hipotesis-menurut-para-ahli-fungsi-ciri-dan-manfaatnya>

- Hilda, N. A. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, dan Penilaian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Purwokerto). *Skripsi, April*, 115.
- HSU, P. (2023). *DATA PERKEMBANGAN PENDUDUK SEMESTER II KEC. DANAU PANGGANG* (Semester II). <https://dukcapil.hsu.go.id/wp-content/uploads/2024/04/01.-Danau-Panggang-Tahun-2023-Semester-II.pdf>
- Ikhsan. (2024). 25 Marketplace Online Terbesar di Indonesia [Update 2024]. *Sanadigital*. <https://sasanadigital.com/pilih-marketplace-atau-toko-online-sendiri-pahami-dulu-perbedaannya/>
- Japarianto, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35–43. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35-43>
- Kurniadi, H. (2023). *PENILAIAN PRODUK DAN GRATIS BIAYA KIRIM PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE*. 28(02), 220–228. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/bse/index>
- Ptiriani, A. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PENILAIAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN* (Suatu Studi Konsumen Erfolg Clothing pada pengguna Shopee). *Skripsi*.
- Ratih Ayu Sekarini, Wiwin, & Hilma Farhani. (2023). Pengaruh Promosi, Penilaian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee Pada Mahasiswa Di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Industri*, 24(3), 920–930. <https://doi.org/10.35137/jei.v24i3.220>
- Shafa, P. M., & Hariyanto, j. (n.d.). *PENGARUH HARGA, ULASAN PRODUK DAN METODE PEMBAYARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM BERBELANJA ONLINE MELALUI APLIKASI SHOPEE* (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Bekasi). http://repository.stei.ac.id/1544/1/21160000207_Artikel Indonesia_2020.pdf

Shopee.id. (2023). *Memahami Penilaian Toko dan Produk*. Shopee.
<https://seller.shopee.co.id/edu/article/467/Penilaian-Produk>

Tarigan, E. B. (2023). *PENGARUH DISKON DAN PENILAIAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAYBELLINE DI LAZADA (Desa Pasar X, Kecamatan Kotalimbaru, Kabupaten Deli Serdang)*.

Zulham. (2017). Penerapan Teknologi Informasi Menentukan Keberhasilan Dunia Perusahaan Industri. *Jurnal Warta*, 53(9), 1689–1699.