

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, N. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Cipta Media Nusantara.
- Arif, M., & Yani, S. A. (2023). *Keputusan Pembelian Online: Peran Ecommerce Dan Brand Awareness Dimediasi Dropshipping*. Umsu Press.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Pt Inovasi Pratama Internasional.
- Cen, C. Cai. (2023). *Pengantar Manajemen*. Pt Inovasi Pratama Internasional.
- Hurriyati, R. (2020). *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen*. Alfabeta.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss* (9th Ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Idrus, S. Al. (2022). *Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Konsep Dan Teori*. Mnc Publishing.
- Kusumaningsih, S., Sutopo, J., & Nurlaeli, F. (2021). *Buku Panduan Marketplace*. Penerbit Global Aksara Pres.
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Mothersbaugh, D. L., Hawkins, D. L., & Kleiser, S. B. (2020). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy* (14th Ed.). Mcgraw-Hill Education.
- Pandowo, A., Khasanah, S. U., Masruchin, Hurdawaty, R., Sulistiyowati, R., Izzati, A. U., Angguna, W. M., Yulianti, S., Anindea, F., Bari, A., Riana, D., & Krismayanti, Y. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Cv Basya Media Utama.
- Pasaribu, B. S., Herawati, A., Utomo, K. W., & Aji, R. H. S. (2022). *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi Dan Bisnis*. Media Edu Pustaka.
- Pratama, R. (2020). *Pengantar Manajemen*. Deepublish.
- Riyadh, M. I., Nurva, M. S., Nurhijrani, & Yanti, D. I. W. (2024). *Metode Penelitian Dalam Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif*. Pt Literasi Nusantara Abadi Group.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Kbm Indonesia.
- Sembiring, T. B., Irmawati, Sabir, M., & Tjahyadi, I. (2024). *Buku Ajar Metodologi Penelitian (Teori Dan Praktik)*. Saba Jaya.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior: Buying, Having, And Being* (13th Ed.). Pearson Education.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (2nd Ed.). Alfabeta.
- Surjono, W., & Saepudin. (2024). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Cipta Media Nusantara.
- Thian, A. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Andi.
- Agesti, N., Mohammad, :, Ridwan, S., & Budiarti, E. (2021). The Effect Of Viral Marketing, Online Customer Review, Price Perception, Trust On Purchase Decisions With Lifestyle As Intervening Variables In The Marketplace Shopee In Surabaya City. *International Journal Of Multicultural And Multireligious Understanding*, 8(2), 496–507.
[Http://Ijmmu.Comhttp//Dx.Doi.Org/10.18415/Ijmmu.V8i3.2526](http://Ijmmu.Comhttp//Dx.Doi.Org/10.18415/Ijmmu.V8i3.2526)
- Anasrulloh, M., W.H., M. A., & Haliza, H. N. (2024). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Market Place Shopee. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 12(1), 13–18.
<https://doi.org/10.51747/Ecobuss.V12i1.1728>
- Andono, B., & Maulana, Y. I. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Online Travel Agent Traveloka (Studi Pada Konsumen Di Lingkungan Mahasiswa Sttkd). *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 15(1), 62–72.
<https://doi.org/10.56521/Manajemen-Dirgantara.V15i1.570>
- Anggraeni, Y. N., & A'yuni, D. S. (2023). The Influence Of Promotions, Online Customer Reviews, And Online Customer Ratings On Decisions To Purchase Muslim Clothing Products In E-Commerce Shopee On Ikhac Students. *Danadyaksa: Post Modern Economy Journal*, 1(1), 37–53.
<https://doi.org/10.69965/Danadyaksa.V1i1.4>
- Auli, S., Basalamah, M. R., & Millannintyas, R. (2021). Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee. *Jurnal Riset Manajemen*, 111–113. www.fe.unisma.ac.id
- Azaria, P., & Sagala, J. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Marketplace Shopeefood (Studi Pada *Journal Of Business Studies*, 1(1).

[Http://Journal.Uta45jakarta.Ac.Id/Index.Php/Jbsuta/Article/View/6560](http://Journal.Uta45jakarta.Ac.Id/Index.Php/Jbsuta/Article/View/6560)

- Banjarnahor, A. R., Purba, B., Sudarso, A., Sahir, S. H., Iskandar, R. N. M., Kato, I., Purba, D. Gandasari S., Muliana, Simarmata, M. A. D. D. T. H. H. M., Berlien, R., & Hasyim. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Damayanti, A. A., & Damayanti, D. (2024). Pengaruh Diskon, Gratis Ongkos Kirim, Cash On Delivery Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Online Shopee. *Journal Of Trends Economics And Accounting Research*, 4(3), 660–669. <https://doi.org/10.47065/Jtear.V4i3.1132>
- Fauziah, Y., Dwikotjo Sri Sumantyo, F., & Ali, H. (2023). Pengaruh Online Consumer Review, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 48–64. <https://doi.org/10.38035/Jkis.V1i1.118>
- Idrus, S. Al. (2022). *Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Konsep Dan Teori*. Mnc Publishing.
- Istiqomah, L., & Usman, U. (2021). Pengaruh Online Customer Review , Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Terhadap Mahasiswa Pengguna Platform Pasar Online). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(1), 76–88. <https://doi.org/10.55606/Jaem.V1i1.163>
- Jumawan, Soesanto, E., Cahya, F., Putri, C. A., Permatasari, S. A., Setyakinasti, S., & Ottay, M. L. (2024). Pengaruh Online Consumer Review Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Sentri: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(6), 2854–2862. <https://doi.org/10.55681/Sentri.V3i6.2964>
- Katole, H. J. (2022). A Research Article On Importance Of Online Customer Reviews On Customer Purchase. *The Business And Management Review*, 13(03), 10–11. <https://doi.org/10.24052/Bmr/V13nu03/Art-04>
- Kawet, R. C., Palandeng, I. D., & Pitta, R. V. (2024). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, Dan Cash On Delivery Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada E-Commerce Tokopedia. *Jmbi Unsrat (Jurnal Ilmiah*

- Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*), 11(1), 1170–1183. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jmbi/article/view/32638>
- Lianardi, W., & Chandra, S. (2019). Analysis Of Service Quality, Product Completeness, And Price On Purchasing Decisions At Juni Minimarket Pekanbaru. *Kewirausahaan Dan Bisnis*, 45(1), 45–58. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/kurs/index>
- Marthasari, D., & Widjaja, D. C. (2020). Pengaruh Ulasan Online Pada Online Travel Agency (Ota) Terhadap Minat Pemesanan Kamar Hotel Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1), 1–8. <https://doi.org/10.9744/jmp.6.1.1-8>
- Mutiasari, A. I., Kusumastuti, A. D., Cahyani, R. R., & Haris, F. H. S. Al. (2024). Analisis Customer Rating Dan Customer Review Terhadap Keputusan pembelian Produk Makanan Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Jasa Pesan Antar Shopee Food Di Kota Solo). *Jurnal Simki Economic*, 7(2), 357–366.
- Nadeak, J. M. F., Putri, D. D., Gunawan, A. A., Gunawan, A., Fauziah, S., Ziva, F. N., Afifah, L. K., & Sulistiobudi, R. A. (2023). Analisis Pentingnya Online Customer Review Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Gadget. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 8(2), 251–267. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v8i2.17553>
- Naufal, M. D. D., & Nalurita, S. (2023). Pengaruh Promosi Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Keputusan Pembelian Shopeefood Pada Mahasiswa Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma Jakarta. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 13(1), 23–34. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v13i1.1022>
- Nurjanah, S. F., Kurniati, R. R., & Zunaida, D. (2019). Pengaruh E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanja Online Shopee (Studi Pada Konsumen Belanja Online Mahasiswa Universitas Islam Malang). *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis*, 8(3), 154–162. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jiagabi/article/view/3572>
- Pandowo, A., Khasanah, S. U., Masruchin, Hurdawaty, R., Sulistiyowati, R., Izzati,

- A. U., Angguna, W. M., Yulianti, S., Anindea, F., Bari, A., Riana, D., & Krismayanti, Y. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Cv Basya Media Utama.
- Permana, E., Eka Putri, R. S., Alfinda, P. D., & Mardhiyah, M. (2024). Strategi Pemasaran Produk Skincare Somethinc Di Kalangan Generasi Z. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 7(2), 119–135. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.V7i2.29289>
- Puspitasari, L., Herawati, A., & Listyawati, L. (2023). Pengaruh Iklan Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Surabaya. *Soetomo Administrasi Bisnis*, 267–280.
- Putri, R. F., Fitriani, E. W., & Sartika, S. H. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Erigo Store Brand Fashion Lokal Indonesia Yang Mendunia. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 213–220. <https://doi.org/10.55047/Transekonomika.V2i5.185>
- Rahmawati, K., & Rachbini, W. (2024). Pengaruh Frekuensi Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan Millenials Terhadap E Loyalty Di E Commerce Shopee. 5(9).
- Riyadh, M. I., Nurva, M. S., Nurhijrani, & Yanti, D. I. W. (2024). *Metode Penelitian Dalam Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif*. Pt Literasi Nusantara Abadi Group.
- Salsabilla, N., & Handayani, T. (2023). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Di Sosial Media Tiktok. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, 7(2), 1759–1769. <https://doi.org/10.31955/Mea.V7i2.3272>
- Santoso, M. W. B., Widodo, J., & Zulianto, M. (2022). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee (Studi Kasus Masyarakat Desa Kesilir Kabupaten Jember). *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Dan Kewirausahaan (Jpeaku)*, 2(1), 24–29. <https://doi.org/10.29407/jpeaku.V2i1.17979>
- Sintiawati, Sapitri, A., Kamaliah, K., & Suyatna, R. G. (2025). Pengaruh Diskon Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Maritim Raja Ali Haji Prodi Manajemen

- Angkatan 2019). *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 3(1), 54–58.
- Sopiyan, P. (2022). Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 249–258. <https://doi.org/10.32670/Coopetition.V13i2.1057>
- Subagiyo, R., & Budiman, A. (2019). Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan Dan Saluran Distribusi Terhadap Kepuasan Nasabah. *At-Tijarah : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 5(2 Ed), 280–295.
- Surjono, W. (2024). Factors Influencing Online Shopping Decisions In The Fashion Industry. *International Journal Of Management Science And Information Technology*, 4(2), 297–311. <https://doi.org/10.35870/Ijmsit.V4i2.3004>
- Suryani, M., Adawiyah, N. N., & Syahputri, E. B. (2022). Pengaruh Harga Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Sociolla Pada Masa Pandemi Covid-19. *Formosa Journal Of Multidisciplinary Research*, 1(1), 49–74. <https://doi.org/10.55927/Fjmr.V1i1.416>
- Thian, A. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Andi.
- Wijaya, S., & Kusnawan, A. (2022). Pengaruh Diskon, Promosi, Digital Marketing, Brand Image, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee Kota Tangerang. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 1–11.
- Yazid, A. A., Sintani, L., Santosa, D. P., & Al-Amin. (2025). Peningkatan Marketplace Online Sebagai Strategi Peningkatan Pendapatan Pelaku Usaha Mikro. *Journal Of Community Dedication*, 5, 368–380.
- Zed, E. Z., Ratnaningsih, Y. R., & Kartini, T. M. (2023). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Cikarang. *Mirai Management*, 1(1), 14–23.