

DAFTAR REFERENSI

- Ali, RA.. (2019). The Influence of Product Quality, Service Quality and Price to Purchase Decision of SGM Bunda Milk (Study on PT. Sarihusada Generasi Mahardika Region Jakarta, South Tangerang District). *Scholars Bulletin (A Multidisciplinary Journal) An Official Publication of "Scholars Middle East Publishers"*, Dubai, United Arab Emirates
- Alma, B. (2021). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Ananda, A. F., & Wandebori, H. (2019). The Impact of Drugstore Makeup Product Reviews by Beauty Vlogger on YouTube Toward Purchase Intention by Undergraduate Student in Indonesia. *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science Journal*. Vol.2, No.1.
- Arikunto, S. (2018). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Astuti, NP & Susila, I. (2022). Influence Analysis of Customer Ratings Reviews Online, Free Shipping Promotion and Discount Promotion on Purchasing Decisions in E-Commerce. *Proceedings of the International Conference on Economics and Business Studies*. 218 (2)
- Azaria, P., & Sagala, J. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Marketplace ShopeeFood (Studi pada konsumen ShopeeFood di Jakarta). 1(1).
- Balawera, A. (2018). Green Marketing Dan Corporate Social Responsibility Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Membeli Produk Organik Di Freshmart Kota Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 1 (4).
- Brian. P. (2016). Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Pada Pelanggan Minimarket. *Skripsi*. Program Studi Manajemen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
- Davis, F. (2019). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, Vol. 13, 3.
- Devi, LKI. (2019) Pengaruh Kualitas Produk, harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *SKRIPSI* (Surabaya: UINSA Surabaya).

- Diana, A. (2017). *Kepuasan Pelanggan Konsep, Pengukuran, & Strategi*. Yogyakarta: ANDI.
- Fauziati, P. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Internet Banking Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Kajian Akuntansi dan Auditing*, Vol. 7, No. 2, 78-10
- Engler et al. (2020). Understanding Online Product Ratings: A Customer Satisfaction Model. *Journal Of Retailing And Consumer Services*, Vol. 27, 113-120.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen*. Sleman: CV Budi Utama.
- Ghazali, I. (2018). *Aplikasi Analisa Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Evendi, H. & Pahlevi, R. (2021). Keputusan Pembelian Mahasiswa Pada Produk Online Shop Shopee dan Faktor Penentunya. *Jurnal Competency Of Business*, Vol. 5, No. 1
- Hair, J. (2019). *Multivariate Data Analysis, Eighth Edition*. In Annabel Ainscow
- Hanafitrah & Widiartanto. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Store Atmosphere, Dan Discount Terhadap Keputusan Pembelian Distro House Of Smith Semarang (Studi Kasus Pada Konsumen Distro House Of Smith Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis. I(2)*
- Harul, A. (2021). Pengaruh Kualitas dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek. *Jurnal Ecodemica*, Vol 1 No. 2
- Hidayati, N. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 6(3): 77–84.
- Isnaini, A. (2019). *Model dan Strategi Pemasaran*. Makasar: Ntp Press.
- Jogiyanto. (2019). *Analisis dan Desain Sistem Informasi, Sistem Informasi : Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Khammash, M. (2018). Electronics Word-Of-Mouth: Antecedent of reading customer reviews in on-line opinion platforms : A Quantitative Study From the UK Market. ADIS International Conference. *Journal Of Marketing. I (9)*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Principles Of Marketing*. Terjemahan. Jakarta: Salemba Empat.

- Kotler, P & Keller, KL. (2018). *Marketing Management 15th Edition*. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Latief, F. & Ayustira, N. (2019). Pengaruh Online Costumer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla. *Jurnal Mirai Managemnt*, 4.2 (2019), 122-141. 15
- Lupiyoadi, R (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Melati, R.S & Dwijayanti, R. (2020). Pengaruh Harga Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8.2 (2020), 882–88
- Munandar & Chadafi. (2016). Pengaruh Harga, Celebrity Endorser, Kepercayaan, dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Di Media Sosial Instagram. *Jurnal Visioner & Strategis*. Volume 5, Nomor 2
- Nitisemito. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Ketiga*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Pakpahan, M. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Medan: CV. Rural Development Service.
- Periamsyah., Subhan & Syahab, A. (2018). Analisis Sistem E-Commerce Pada Perusahaan Marketplace Mobile Shopee Indonesia. *Sensitek*. 8(9).
- Prasetyo, T. (2021). *Bisnis E-Commerce: Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Romanisyah., D. & Sitorus, DH. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Online Customer Review Dan Promo Gratis Ongkir Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Shopee. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*. Vol.10, No.7
- Rahmiyatul, Heriyana & Maimunah, S. (2023). Pengaruh Promosi, Gaya Hidup Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Pada Masyarakat Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*. 12(1).
- Saputri, C.C., Dharasta, Y.S.M.A. (2023). Pengaruh Promosi Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Melalui Traveloka (Studi Pada Taruna/I Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta). *Jurnal Flight Attendant Kedirgantaraan*, Vol. 5, No.1
- Saladin. D. (2019). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan Pelaksanaan, Unsur-unsur Pemasaran*. Bandung : CV. Linda Karya

- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga (Vol. 3)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Setyaningrum, A. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Surabaya: Andi Publisher.
- Setiawan, SGA & Sukardi. (2022). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN PADA SITUS JUAL-BELI ONLINE. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*. Vol.6, No.2.
- Setiawan, EB., Sabrina, NC & Alda, A.M. (2023). The Ease Of Use And Discount Toward Purchase Decisions And Customer Satisfaction On E-Ticketing In Indonesia. *Economic And Digital Business Review*. 5 (1).
- Shidieq, D. K. (2020). *Keputusan Pembelian Online: Kualitas Website, Keamanan, dan Kepercayaan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Simanjuntak, U. B. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo pada Mahasiswa Fakultas Keperawatan Universitas Sumatera Utara. *Skripsi Sarjana Departemen Manajemen*. Universitas Sumatera Utara.
- Suleman, D & suharyadi, D. (2020). The effect of ease of use, risks towards consumer decisions when shopping online. *Dijefa*. Vol,1. No, 4
- Suyanto. (2018). *E-Commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sutisna. (2019). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Supranto. (2018). *Manajemen Strategi Edisi*. Jakarta: Selemba Empat.
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Thakur, R. (2018). Customer engagement and online reviews. *Journal of Retailing and Consumer Services*,48–59.
- Tantrabundit, P. (2019). Influence Of Online Customer Review And Rating System Towards Consumer Preferences In Hospitality Sector . *Journal Of Business Diversity*, 1-18.
- Tambing, T., Pongtuluran, AK & Pagiu. C. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi dan Customer Experience terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Toraja. *Jurnal Bintang Manajemen*. 1 (4).

Themba, O.S. (2021). Keputusan Pembelian pada Aplikasi Shopee Melalui Harga, Diskon, Promo Ongkos Kirim dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akuntansi*. Vol.5, No.3.

Wibowo, G.R & Devilia, S. (2021). Pengaruh Diskon Harga Terhadap Pembelian Secara Online Pada Pengguna Aplikasi Shopee. *eProceedings of Management*. Vol.8, No.2