

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianty, N. 2021. *Theory of Planned Behavior*. Yogyakarta: CV Brimedia Global.
- Aji, M., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. (2023). Pengaruh Online Customer Review Dan Customer Rating Terhadap Minat Beli Produk *Fashion* di Platform *Shopee* (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(6), 9373-9392
- Alawiyah, T. (2023). Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Pada Event Tanggal Kembar (Studi Pada Pengguna Aplikasi *Shopee*). *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 5(1), 5418-5426.
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, W. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace *Shopee* (Studi pada mahasiswa aktif FISIP Undip). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(2), 55-66.
- Aulia, Q., & Rivai, A. R. (2024). Pengaruh Price Discount, Online Customer Rating, dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada *E-Commerce Shopee*. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(1), 364-376.
- Azizah, K. N., Laksono, S. S. M., & Munawaroh, N. A. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Tagline “Gratis Ongkir” Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Shopee Food* (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Uniska-Kediri). *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(6), 130-140.
- Banjarnahor, A. R et al. 2021. *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Budiarti, R. H. S. (2023). Manajemen Pemasaran Global dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen dan Keberhasilan Bisnis. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(2), 405-416.
- Darmawan, D., & Putra, A. R. (2022). Pengalaman Pengguna, Keamanan Transaksi, Kemudahan Penggunaan, Kenyamanan, dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Pembelian Online Secara Impulsif. *Relasi : Jurnal Ekonomi*, 18(1), 26–45.
- Ellyana, et.al. 2020. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Malang: Ahlimedia Press.
- Febriah, I., & Febriyantoro, M. T. (2023). Pengaruh Live Video Streaming Tiktok, Potongan Harga, dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 218-225.
- Fandy, Tjiptono. 2016. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.

- Farhat, L. (2020). Keputusan Pembelian Online. *Scientific journal of reflection: economic, accounting, management and business*, 3(1), 51-60.
- Firmansyah, M. Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Gemilang, W. C., & Laily, N. (2022). Pengaruh Rating dan Online customer review Terhadap Minat Beli Pada Lazada Melalui Trust Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(06), 1–17
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi Program AMOS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2020). *Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate* (I. Ghazali, Ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Hakim, A. F. (2023). Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen TikTok Shop (Studi Pada Mahasiswa FEB Angkatan 2019 Universitas Islam Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12(2), 17–25.
- Harli, I. I., Mutasowifin, A., & Andrianto, M. S. (2021). Pengaruh Online Consumer Review dan Rating terhadap Minat Beli Produk Kesehatan pada E-Marketplace *Shopee* Selama Masa Pandemi COVID-19. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 558–572. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.205>
- Hasanah, U., Pudjoprastyono, H., & Izaak, W. C. (2023). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace (Studi Pada Pengguna Aplikasi *Shopee* Di Jawa Timur). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 6956-6963.
- Istiqomah, M., & Marlina, N. (2020). Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion*. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 288-298.
- Kotler. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Prehallindo.
- Kurnadi, E. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Purchase Decision (Studi Pada Pengguna Aplikasi *Shopee* di Kabupaten Majalengka). *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 5(2), 287-295.
- Lubis, R. H., Ramadhan, Z., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh Promo Gratis Ongkir dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna

- Aplikasi *Shopee*. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Organisasi (JUMBO)*, 5(3), 562.
- Marpaung, I. R., & Lubis, F. A. (2022). Pengaruh Iklan, Sistem COD, dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktokshop (Studi Kasus Pada Mahasiswa Uin Sumatera Utara). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 9(3), 1477-1491.
- Maulana, H. A., & Asra, Y. (2019). Analisa Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada *E-commerce* oleh Generasi Z di Daerah Pedesaan. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 7(2), 162–165.
- Nafingatunisak, N., & Hirawati, H. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* di *Shopee*. *Sains: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 15(1), 89-104.
- Nurainun, N., & Syamsuri, A. R. (2022). The Effect of Discounts and Free Shipping on *Shopee* Marketplace Purchase Decisions with Advertising as Intervening Variable. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(3), 21460-21471.
- Nurmaningsih, N. (2023). Pengaruh Harga, Online Customer Review, Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace *Shopee*. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 6701-6709.
- Pardede, E. S. M., Ginting, P., & Rini, E. S. (2023). The Influence Of Online Customer Review and Online Customer Rating on Purchase Decisions Through Consumer Trust in Fore Coffee Products at Sun Plaza Medan. *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration (IJEBAAS)*, 3(4), 1005-1010.
- Premesti, A. D., & Aminah, S. (2023). Pengaruh Brand Image dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Lazada. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 7640-7647.
- Priansa D.J. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Purwanto et.al. 2022. *Theory of Planned Behavior: Implementasi Perilaku Word of Mouth Pada Konsumen Marketplace*. Malang: CV Literasi Nusantara Abadi.
- Puspita, Y. D., & Setyowati, W. (2023). Determinan Keputusan Pembelian dimediasi Kepercayaan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Grabfood di Kota Bandung. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 102–115. <https://doi.org/10.35829/magisma.v11i1.283>

- Rahmawati, A. I. (2021). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online di *Shopee* (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas PGRI Semarang). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Ekonomi Kreatif*, 1(1), 18–23.
- Rahmayanti, S., & Dermawan, R. (2023). Pengaruh Live Streaming, Content Marketing, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada TikTok Shop di Surabaya. *Journal of Management & Business*, 6(1), 337–344.
- Regina, R., Rini, E. S., & Sembiring, B. K. F. (2021). The Effect of Online Customer Review and Promotion Through E-Trust on The Purchase Decision of Bukalapakin Medan City. *International Journal of Research and Review*, 8(8), 236-243.
- Rizkya, S. N., Sarah, S., & Fanji, F. W. (2024). Pengaruh Flash Sale, Gratis Ongkos Kirim, dan Live Streaming terhadap Impulsive Buying pada pengguna *Shopee*. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 5(1), 83-99.
- Rusilawati, E. (2022). Online Consumer Review, Keamanan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Disitus Jual Beli *Shopee*. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(2), 606–617.
- Sanjaya, C., & Candraningrum, D. A. (2021). Pengaruh Promosi Gratis Ongkos Kirim *Shopee* Terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Non Star Seller. *Prologia*, 5(2), 369-375.
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206-211.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 19th ed. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirman, R., & Kumalasari, F. (2023). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Marketplace *Shopee*. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(1), 152-159.
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Center for Academic Publishing Service (CAPS).
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.

- Tranggono, D., Putri, A. N., & Juwito, J. (2020). Pengaruh Terpaan Iklan Nacific di Instagram terhadap Keputusan Pembelian Produk Nacific pada Followers Akun@ nacificofficial. id. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 141-155.
- Welsa, H., Dwi Cahyani, P., & Alfian, M. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Social Media Marketing dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Melalui Marketplace. *Jurnal Manajemen*, 14(2). <https://doi.org/10.30872/jmmn.v14i2.11038>
- Wilis, R. A., & Faik, A. (2022). The Effect of Digital Marketing, Influencer Marketing and Online Customer Review on Purchase Decision: A Case Study of Cake Shop" Lu'miere". *Petra International Journal of Business Studies*, 5(2), 155-162.
- Yanny, A., Panjaitan, M. N., & Sianturi, R. D. (2023). The Influence Of Code-Check First, Online Customer Reviews and Free Shipping on The Decision to Purchase *Fashion* Products For Budi Darma University Students In *Shopee* Market Place. *International Journal of Applied Finance and Business Studies*, 11(3), 400-408.
- Yusliani, Y., Robyardi, E., & Novalia, N. (2023). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace *Shopee* (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang). *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(5), 5575-5586.
- (2019). *Pedoman Penyusunan Skripsi Manajemen FEB UMK*. Kudus: Universitas Muria Kudus.