

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., ... Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*.
- Benowati, S. G., & Purba, T. (2020). *Journal Of Management, Accounting, Economic and Business*, 01(02).
- El-Dairi, M., & House, R. J. (2019). Optic nerve hypoplasia. *Handbook of Pediatric Retinal OCT and the Eye-Brain Connection*. <https://doi.org/10.1016/B978-0-323-60984-5.00062-7>
- Febriana, M., & Yulianto, E. (2018). PENGARUH ONLINE CONSUMER REVIEW OLEH BEAUTY VLOGGER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2014/2015 Dan 2015/2016 Yang Membeli Dan Menggunakan Purbasari Matte Lipstick). *Jurnal Administrasi Bidang usaha (JAB)*, 58(1), 1–9.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Semarang: UNDIP.
- Hartaroe, B. P., Mardani, R. M., & Abs, M. K. (2016). *Prodi manajemen*, (2020), 82–94.
- Istiqomah, M., & Marlana, N. (2020). Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashion The effect of free shipping promotion and online customer rating on the purchase decision of fashion product. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 288–298.
- Ivan Sindunata, B. A. W. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian di agoda.com. *Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 6(1), 128–138.
- Joesoef, H. (2021). Analisis Keputusan pembelian Online Berdasarkan Faktor Diskon, Program Pengiriman Gratis, dan Pelayanan. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, Vol. 4(1), 1.
- Kamila, K. T., Suharyono, & Perwangsa Nuralam, I. (2019). Pengaruh Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian ( Survei pada Mahasiswa Universitas Brawijaya TA 2015 / 2016 – 2018 / 2019 yang Pernah Membeli dan Menggunakan Xiaomi Smartphone ). *Journal Administrasi Bidang usaha*, 72(1), 202–211. Retrieved from <http://administrasibidangusaha.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2855>

- Kontrasepsi, A., Terhadap, S., & Menstruasi, S. (2019). *Avesina* Vol.13 No.1/Juni 2019 <http://e-journal.unizar.ac.id>, 13(1).
- Kuspriyono, T. (2017). Pengaruh Kualitas Informasi Web dan Kualitas Layanan Online Terhadap Citra Bukalapak.com. *Jurnal Perspektif*, XV(1), 56–62. Retrieved from <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/perspektif/article/viewFile/1765/1472>
- Laili 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. Retrieved from <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/24741>
- 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 Bidang usaha*, 7(2), 162. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v7i2.1220>
- 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), 882–888. Retrieved from <https://forms.gle/t44jvKgVK6XAiZwi8>.
- Mulyati, Y., & Gesitera, G. (2020). Pengaruh Online Customer Review terhadap Purchase Intention dengan Trust sebagai Intervening pada Toko Online Bukalapak di Kota Padang. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 173. <https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.538>
- Panduan\_Penulisan\_Skripsi\_2017-1-dikonversi. (n.d.).
- Putri, N. P. (2020). Pengaruh Online Customer Review , Kepercayaan Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Di Soloraya, 1–7.
- R.Rahmadhani; P.Apriatni Endang. (2018). DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITIC Tahun 2018, Hal. 1-6 <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN PERCEIVED RISK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN TOKOPEDIA>. *Journal of Social and Politic*, 1–6. Retrieved from <http://ejournal-s1.undip.ac.id/cgi-sys/suspendedpage.cgi>
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bidang usaha*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sari, F. P., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Harga Citra Merek dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(6), 1–15. Retrieved from <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/746/756>

- Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.Com. *Jurnal Manajemen Magister*, 03(01), 96–106.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. (Ayup, Ed.) (Cetakan 1). Kediri: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitati, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015a). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. (Prof. Dr. Sugiyono, Ed.) (Cetakan 22). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015b). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2014). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Wibowo, E. A. (2012). *Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelitian*. Yogyakarta: Gava Media.