

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, L. (2022). Pengaruh Harga, Cod, Gratis Ongkos Pengiriman, Review Positif, Dan Status Verifikasi Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace. *Journal of Development Economic and Soc Ial Stud I Es*, 1(3), 439–449.
- adi dan nuviasari. (2021). *keputusan pembelian*. gramedia.
- Afifurrahman, M., & Saputri, M. E. (2021). Pengaruh fashion lifestyle dan self image terhadap impulse buying pakaian thrifting di kota Bandung. *E-Proceeding of Management*, 8(5), 5958–5966.
- Amalia Rosary, R., Kuswati, K., & Susilawati, T. (2018). Kualitas Semen Cair Sapi Peranakan Ongole Menggunakan Pengencer CEP-3 Kuning Telur pada Media Simpan yang Berbeda. *TERNAK TROPIKA Journal of Tropical Animal Production*, 19(2), 87–94. <https://doi.org/10.21776/ub.jtapro.2018.019.02.3>
- Andrew, J., & Erdiansyah, R. (n.d.). *Analisis Pengaruh E-WOM , Online Review , dan Kualitas Informasi terhadap Minat Beli di Market Place Tokopedia*. 127–134.
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, M. A. (2019). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee . *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–11.
- Arif., M. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word Of Mouth (EWOM) Dan lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Online. *SiNTESa Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 111–122.
- Baihaqi, A. I., Boyas, J. R., & Qurratu'aini, N. I. (2022). Pengaruh Dukungan Sosial Dan Efikasi Diri Dalam Pencarian Kerja Untuk Menciptakan Adabtabilitas Karier Pada Mahasiswa Tingkat Akhir Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo. *Greenomika*, 4(1), 62–70. <https://doi.org/10.55732/unu.gnk.2022.04.1.7>
- Cahyono, Y. T., & Wibawani, I. D. (2021). Pengaruh Harga, *Online Customer Review*, dan *Online Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *Hubusintek*, 1(1), 867–874.
- Dedeh, D., & Hasibuan, A. N. (2021). Analisis Keputusan Pembelian Susu Cair Indomilk Yang Dipengaruhi Oleh Harga Dan Promosi. *Jurnal Bisnis, Logistik Dan Supply Chain (BLOGCHAIN)*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.55122/blogchain.v1i1.230>
- Dewi, L. K. C., Widagdo, S., Martini, L. K. B., & Suardana, I. B. R. (2022).

- Pengaruh Digital Marketing Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Keputusan Wisatawan Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 6(2), 243–270. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2022.v6.i2.5205>
- Dinar Amalia, R., & Wibowo, S. (2019). Analisis Siaran Iklan Dan Gratis Ongkos Kirim Sebagai Tipu Muslihat Di Youtube Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada E-Commerce Shopee) Universitas Telkom. *E-Proceeding of Applied Science*, 5(2), 571–579.
- Dwidienawati, D., Tjahjana, D., Abdinagoro, S. B., Gandasari, D., & Munawaroh. (2020). Customer review or influencer endorsement: which one influences purchase intention more? *Heliyon*, 6(11). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05543>
- Febria, M. F., Setiawan, F., & Sulaeman, E. (2022). Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion (Studi Pada Pengguna Marketplace Shopee Di Indonesia). *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 4(6), 12703–12711. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/view/10605>
- Fitri, S., Nasution, Z., & Simanjuntak, D. (2022). Pengaruh Harga, Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Toko khanza Aeknabara. *Remik*, 6(3), 408–417. <https://doi.org/10.33395/remik.v6i3.11563>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro.
- H.F. Nasution. (2018). *KEPUTUSAN PEMBELIAN* (1st ed.). gramedia.
- Hakim, A. F., Rachma, N., & Normaladewi, A. (2019). 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 Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma*, 12(02), 221–232.
- Hannaresa, C. A., & Hasanah, Y. N. (2023). *Pengaruh Customer Review dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pengaruh Customer Review dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Shopee*. 4(1), 720–726.
- Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2021). Analisis Pengaruh *Online Customer Review*, Online Customer Rating, dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko Online di Shopee. *Jurnal Teknik ITS*, 9(2). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v9i2.56728>
- Ika Sugiarti, D., & Iskandar, R. (2021). Pengaruh Consumer Review Terhadap

- Keputusan Pembeli Terhadap Toko Online Shopee. *Jurnal Sosial Teknologi*, 1(9), 954–962. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v1i9.195>
- issn. (2020). *No Title*.
- 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.
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online Customer Review dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla. *Jurnal Mirai Managemnt*, 6(1), 139–154.
- Mahasiswa, S., & Pasir, U. (2017). © 20 22 *The Authors. Published by Cano Ekonomos. 2*.
- Marlina, N., & Bahtiar, D. (2022). Seberapa Efisien Penggunaan Aplikasi E-Commerce dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Aplikasi Klik Indomaret). *The Journal of Business and Management*, 5(November), 577–593.
- Marpaung, I. (2022). *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI UNIVERSITAS SAM RATULANGI (JMBI UNSRAT) PENGARUH IKLAN , SISTEM COD , DAN PROMO GRATIS ONGKIR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TIKTOKSHOP (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UIN SUMATERA UTARA) Irma Marpaung , Fauzi. 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. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v7i2.1220>
- Mauli, M. R., & Zulfebriges. (2022). Pengaruh *Online Customer Review* dan Rating Media Online Shopee terhadap Minat Beli Konsumen Brand Erigo. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 2(1), 333–337. <https://doi.org/10.29313/bcscm.v2i1.1840>
- Noviani, S. R., & Siswanto, T. (2022). Pengaruh Online Consumer Review, Rating, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Milenial Marketplace Shopee Di Jakarta Selatan. *Jurnal Inovasi Manajemen & Bisnis (JIMB)*, 1(1), 17–28. <http://ojs.itb-ad.ac.id/index.php/JIMB/article/view/1698/374>
- Nuralam Inggang Perwangsa. (2017). *Etika Pemasar dan Kepuasan Konsumen dalam Pemasaran Perbankan Syariah*. Universitas Brawijaya Press.
- Online, P., Review, C., & Rating, O. C. (2022). *Jurnal Pendidikan dan Konseling (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Advent Indonesia)*. 4, 6484–

- 6492.
- Pratama, G. (2020). *130-64-555-1-10-20200901. 1*, 21–34.
- Putri, M. Y. (2022). pengaruh patronage buying motives dan promosi gratis ongkos kirim terhadap keputusan pembelian di shopee. *Manajemen Dan Ekonomi, 10*.
- Ramadan, F., & Hafid, H. (2021). *Pengaruh Online Customer Review dan e-service quality terhadap keputusan pembelian melalui marketplace The influence of Online Customer Reviews and e-service quality on purchasing decisions through the marketplace. 23(3)*, 405–412.
- Ribek, P. K., Putu, N., Anggraini, N., Kadek, N., & Kumalasari, R. (2023). *Jurnal Satyagraha ISSN : 2620-6358 Pande Ketut Ribek , Ni Putu Nita Anggraini , Ni Kadek Ratna Kumalasari Jurnal Satyagraha Vol . 05 , No . 02 , Agustus 2022 Pebruari 2023 ISSN : 2620-6358 Pande Ketut Ribek , Ni Putu Nita Anggraini , Ni Kadek Ratna Kumala. 05(02)*, 130–137.
- sanusi. (2017). *metodologi penelitian bisnis. selemba empat*.
- Saptarini, B. A. N., & Apriyanti. (2022). Pengaruh Rating Dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee. *Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi 4, September*, 442–453.
- Shoffi'ul, A., Basalamah, M. R., & Millannintyas, R. (2019). Pengaruh Diskon dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee. *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 111–121. www.fe.unisma.ac.id
- Sianipar, A. H. F., & Yoestini. (2021). Analisis Pengaruh Customer Review dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Online Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Tokopedia di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management, 10(4)*, 1. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF DAN KUALITATIF*. alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode peneltian kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. alfabeta.
- Sugiyono, S., Sutarman, S., & Rochmadi, T. (2019). Pengembangan Sistem Computer Based Test (Cbt) Tingkat Sekolah. *Indonesian Journal of Business Intelligence (IJUBI), 2(1)*, 1. <https://doi.org/10.21927/ijubi.v2i1.917>
- Suryaningrum, F. P., Haryono, A. T., & Amboningtyas, D. (2019). Pengaruh Lingkungan Kerja Non Fisik, Kompensasi, Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Mediasi.

- Jurnal Ekonomi Bisnis*, 20(2), 1320–1331.
- Tingkat, T., Di, H., Karya, P. T., & Pesona, C. (2019). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (MBEP) Volume 5 Nomor 1 Maret 2019 ISSN : 2477-6718*
Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (MBEP) Volume 5 Nomor 1 Maret 2019 ISSN : 2477-6718. 5, 1–12.
- Wahyuni, N. M. M., & Suastini, N. M. (2022). Pengaruh *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Kamar Di Kaamala Resort Ubud. *Program Studi Pendidikan Ekonomi, FKIP, Universitas PGRI Mahadewa Indonesia*, 1(1), 157–165. <https://doi.org/10.52352/jhm.v1i1.1014>
- Wibisono, H., Wijaya, K. E., Andreani, F., Perhotelan, P. M., & Petra, U. K. (2021). *Pengaruh Online Review Dan Online Rating Terhadap*.
- Yustanti, N. V., Ariska, Y. I., & Ervina, R. (2022). *Dampak Tagline “ Gratis Ongkos Kirim ” dan Program Flash Sale pada Marketplace Shoppe untuk Mendorong Impulsive Buying secara Online*. 10, 109–120.