

DAFTAR PUSATAKA

- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38-51.
- Amalia, R. D., & 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. *eProceedings of Applied Science*, 5(2).
- Amdhani, R., Wati, E. E., & Purwanto, K. (2022). Analisis Promosi, Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Beat Oleh Mahasiswa Undhari. *MANAJEMEN DEWANTARA*, 6(3), 281-291.
- Andini, M. P., Ariza, A. F., & Wulandari, D. S. (2023). Pengaruh Tagline “Gratis Ongkir” Marketplace Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa di Universitas Sari Mulia. *Economic and Education Journal (Ecoducation)*, 5(2), 114-130.
- Andriatie, Noor Hastuti. 2020. “Pemanfaatan E-Commerce Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Bunga Hias Komunitas Lestari Cyclop di Jayapura”. *The Community Engagement Journal*, Vol 3 No 2, Juni 2020.
- Annur, C., M. (2022). Prediksi E-Commerce Indonesia terus Menguat sampai 2025. Diakses pada 2 Oktober 2023 melalui <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/28/google-prediksi-e-commerce-indonesia-terus-menguat-sampai-2025>.
- Ariani, D. W., & SE, M.T.(2020). Konsep Kualitas. Diakses pada 19 Oktober 2023 melalui *Google Scholar*.
- Arinawati, E. & Badrus. S. (2021). *Penataan Produk*. Diakses pada 18 Oktober 2023 melalui https://books.google.com/books/about/Penataan_Produk_SMK_MAK_Kelas_XII.html?id=KP0WEAAQBAJ
- Baihaqi, A. I., Ikaningtyas, M., & Nirawati, L. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Motor Honda Beat. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 13(1).
- Cahya, A. D., & Prabowo, R. E. (2023). Pengaruh Promosi, Online Consumer Review, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna E-Commerce Shopee Di Jawa Tengah). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 5667-5677.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada marketplace: Kualitas produk dan

- kualitas pelayanan (Literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211-224.
- Depari, G. S., & Ginting, N. (2022). the Influence of Online Customer Review and Perceived Quality Toward Customer Purchase Decision At Lazada Online Retail Company. *Jurakunman (Jurnal Akuntansi dan Manajemen)*, 15(1), 1-19.
- Dukalang, R., Taan, H., & Ismail, Y. L. (2022). Pengaruh Model Promosi Flash Sale dan Tagline Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembeli di Tokopedia. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 60-76.
- Dwijantoro, R., Dwi, B. & Syarief, N. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Marketplace Shopee*. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Jrm.2021.162.392.
- E-Commerce. (2023). Top e-Commerce & Shopping Websites in Indonesia Ranking Analysis for October 2023. Diakses pada 9 November 2023 melalui <https://www.similarweb.com/top-websites/indonesia/e-commerce-and-shopping/>
- Elwalda, A., Lü, K., & Ali, M. (2016). Perceived derived attributes of online customer reviews. *Computers in Human Behavior*, 56, 306-319.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Hi Jack sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17-32.
- Faradita, P. A., & Widjajanti, K. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia. *Solusi*, 21(2), 543-554.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang. Diakses pada 11 Oktober 2023 melalui <https://id.scribd.com/document/653374381/Ghozali-2018>
- Haq, R. I. S., Maduwinarti, A., & Nasution, U. C. M. (2022, August). Pengaruh Diskon, Gratis Ongkir, Dan Ulasan Pembeli Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Belia Cosmetic Di Shopee. In *Seminar Nasional Hasil Skripsi* (Vol. 1, No. 01, pp. 36-40).
- Irfanita.2020. Opini Perkembangan Teknologi pada Bidang Pemasaran. Diakses pada 5 Oktober 2023 melalui <https://kumparan.com/fanongg/opini-perkembangan-teknologi-pada-bidang-pemasaran-1twri96vyY1>
- Istiqomah, M., & Marlina, N. (2020). Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produkfashion. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 288-298.

- Latifah, U. N. N. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, Tagline “Gratis Ongkir” Dalam Bisnis E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Kudus Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan 2016) (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).
- Lidiawati, H. Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Aplikasi Tiktok Shop di Kota Mataram.
- Marketeers. (2023). Marketers Youth Choice Award (YCA) 2023: Merek-Merek Pilihan Gen Z. Diakses pada 9 November 2023 melalui <https://www.marketeers.com/marketeers-youth-choice-award-yca-2023-merek-merek-pilihan-gen-z/>
- 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 Univ,ersitas Sam Ratulangi).*, 9(3), 1477-1491.
- Mokodompit, H.Y., Lopian,S.V.J., & Roring, F. (2022). Pengaruh Online Customer Rating, Sistem Cash On Delivery dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa dan Alumni Equil Choir Feb Unsrat). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(3), 975-984.
- Momentum.asia. (2023). Ecommerce in Southeast Asia 2023-Singapore. Diakses pada 9 November 2023 melalui <https://momentum.asia/product/eccommerce-in-southeast-asia-2023>
- 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), 173-194.
- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). In *Prosiding Seminar Nasional Unimus* (Vol. 3).
- Nugraha, J. P. *Teori Perilaku Konsumen*.Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2021. Diakses pada 18 Oktober 2023 melalui https://repository.usd.ac.id/43512/1/7750_Ebook+Teori+Perilaku+Konsu men.pdf
- Nuraeni, Y. S., & Irawati, D. (2021). Pengaruh Online Customer Review, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Ubsi). *Procuration: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9 (4), 439-450.

- Peter, J. Paul And Olson, Jerry C. 2010. *Consumer Behavior & Marketing Strategy*, Ninth Edition. Mc Graw-Hill Irwin.
- Prabowo, A., & Arofah, K. (2017). Media sosial instagram sebagai sarana sosialisasi kebijakan penyiaran digital. *Jurnal Aspikom*, 3(2), 256-269.
- Prasetiawati, F.A., Wardhani, N. I. K., & Izaak, W.C. (2023). The Influence of Online Customer Reviews and Trust on Purchasing Decisionis in E-Commerce Lazada in Surabaya City. *Internasional Journal of Socila Science and Education Research Studies*, 03(08), 1745-1749. <https://doi.org/10.55677/ijssers/v03i8y2023-31>
- Rahmawati, A.I. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (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. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 337-344.
- Romansyah, D., & Sitorus, D.H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Online Customer Review dan Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Shopee. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 10 (7), 3174-3180.
- Sadya, S. 2023. Pengguna Internet Indonesia pada 2022-2023. Diakses pada 5 Oktober 2023 melalui <https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-21563-juta-pada-20222023>.
- Saputri, S. A., & Novitaningtyas, I. (2022). Analisis pengaruh kualitas produk dan review beauty vlogger terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik. *Among Makarti*, 15(1).
- Shopee. (2015). Diakses pada 3 Oktober 2023 melalui <https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee>.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet. Diakses pada 10 Oktober 2023 melalui <https://elibrary.stikesghsby.ac.id/index.php?p=fstream&fid=140&bid=1879>.
- Sutanto, M. A., & Aprianingsih, A. (2016, September). The effect of online consumer review toward purchase intention: A study in premium cosmetic in Indonesia. In *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science* (Vol. 53, No. 2, pp. 1689-1699).
- Syafitri, C. D., Rohana, A. F., & Sudrajat, A. (2022). Pengaruh Online Consumer Reviews Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Tokopedia (Studi

Kasus Pada Pengguna Tokopedia di Karawang). *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 7(2), 75-91.

Themba, O. S. (2021). Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee Melalui Harga, Diskon, Promo Ongkos Kirim Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(3), 925-932.

Tusanputri, A. V., & Amron, A. (2021, October). Pengaruh iklan dan program gratis ongkir terhadap keputusan pembelian. In *Forum Ekonomi* (Vol. 23, No. 4, pp. 632-639).

Vedhitya, M. (2023). E-Commerce Terbaik Pilihan Gen Z Tahun 2023. Diakses pada 9 November 2023 melalui <https://www.marketers.com/ini-tiga-e-commerce-terbaik-pilihan-para-gen-z-tahun-2023>

