

Daftar Pustaka

- Ardiansyah, & Nurdin, H. (2020). Pengaruh Diskon dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Online Shop Shopee (Study Kasus pada Mahasiswa STIE Bima) The Effect Of Discount And Consumer Trust On Purchase Decision of Shopee Online Produk (Case Study Of STIE Bima. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi (JPENSI)*, 5(2), 136–146. <http://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jpensi>
- 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.
- Ariska, Y. I., Yustanti, N. V., & Ervina, R. (2022). Dampak Tagline “Gratis Ongkos Kirim” dan Program Flash Sale pada Marketplace Shoppe untuk Mendorong Impulsive Buying secara Online. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 109–120. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10is1.2005>
- Assauri. (2010). *Manajemen pemasaran : dasar, konsep & strategi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Auli, S., Ridwan Basalamah, M., & Millannintyas, R. (2022). *Pengaruh Diskon dan Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee*. www.fe.unisma.ac.id
- Auliya, Z. F., Umam, M. R. K., & Prastiwi, S. K. (2017). Online Costumer Reviews (OTRs) dan Rating: Kekuatan Baru pada Pemasaran Online di Indonesia Online Costumer Reviews (OTRs) dan Rating: New Era in Indonesia Online Marketing. *Ebbank*, 8(1), 89–98.
- Calvin, J., & Setianingsih, R. E. (2021). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE SHOPEE DI DKI JAKARTA (Studi pada Mahasiswa Insitut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)*. 1–6.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS* (9th ed.). Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J., & F. (2010). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey : Pearson Prentice Hall.
- 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.

- Jefferly Helianthusonfri. (2014). *77 Cara Dahsyat Meledakkan Omzet Toko Online*. PT. Elex Media Komputindo.
- Kotler, & Amstrong. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran* (A. Sindoro & B. Molan, Eds.; 1st ed.). Penerbit Prenhalindo.
- Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Management*. Pearson Prestice Hall.
- Lackermair, G., Kailer, D., & Kanmaz, K. (2013). Importance of Online Product Reviews from a Consumer's Perspective. *Advances in Economics and Business*, 1(1), 1–5. <https://doi.org/10.13189/aeb.2013.010101>
- 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>
- Safuan, N. M. I., & Khazuani. (2018). Pengaruh Kualitas Website, Diskon, dan Kesadaran terhadap Keputusan Pembelian di Zalora (Studi pada Mahasiswa STIESIA Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(10), 1–15.
- Sari, V. N. (2019). *Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon, dan Iklan Shopee terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta*.
- Sari, W. H. P., Efendi, a., & Fenny, S. (2021). Pengaruh Promosi, Online Customer Review, Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Marketplace Shopee Di Indonesia). *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 1(2019), 365–375.
- Simamora, H. (2000). *Manajemen Pemasaran Internasional*. Selemba Empat Jakarta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.
- Sutisna. (2012). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran* (2nd ed.). Bandung : PT. Remaja Rusdakarya.
- Team Similar Web. (2023). *Peringkat Situs Web Teratas*. Similar Web. <https://www.similarweb.com/top-websites/indonesia/e-commerce-and-shopping/marketplace/>
- Widarjono, A. (2018). *Analisis Regresi dengan SPSS* (1st ed.). Yogyakarta : UPP STIM YKPN.

Wikipedia. (2018). *Berkas:Shopee-logo.jpg*. Id.wikipedia.org.
<https://id.wikipedia.org/wiki/Berkas:Shopee-logo.jpg>

Wiyono, G., & Kusuma, H. (2017). *Manajemen Keuangan Lanjutan Berbasis Corporate Value Creation*. Yogyakarta : UPP STIM YKPN.