

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, M., Tholok, F. W., & Handry, H. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia (Studi Kasus Wilayah Tangerang). *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(3), 1. <https://doi.org/10.31253/Pe.V17i3.184>
- Aisyah, W. N., Anwar, M. K., & Malihah, L. (2022). Pengaruh Tagline Shopee" Gratis Ongkir Xtra" Terhadap Minat Belanja Online:(Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam). *Surplus: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 12-22.
- Amalia, E. D., & Madiawati, P. N. (2022). Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggansmartphone Iphone. *Eproceedings Of Management*, 9(3).
- Ardany, W. S. (2020). Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim, Online Customer Review, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Iain Kudus Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2016) (Doctoral Dissertation, Iain Kudus).
- 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.
- Azhar, M., Hafidz, N., Rudianto, B., & Gata, W. (2020). Marketplace Sentiment Analysis Using Naive Bayes And Support Vector Machine. *Piksel Penelit. Ilmu Komput. Sist. Embed. Log*, 8(2), 91-100.
- Bahari, M. F., & Dermawan, R. (2021). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Tokopedia Di Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk. *Seiko: Journal Of Management & Business*, 4(2), 138-142.
- Damayanti, R. S. (2019). Pengaruh Online Customer Review And Rating, E-Service Quality Dan Price Terhadap Minat Beli Pada Online Marketplace Shopee (Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Magelang). In *Ummagelang Conference Series* (Pp. 684-693).
- Dinata, I. I. (2019). Dasar Kebijakan Harga Dalam Penetapan Odd And Even Pricing Pada Pelaku Usaha Di Kota Metro (Doctoral Dissertation, Iain Metro).
- Ghozali, I. (2016). *Desain Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif: Untuk Akuntansi, Bisnis, Dan Ilmu Sosial Lainnya*.
- Hair, J. F., Gabriel, M., & Patel, V. (2014). Amos Covariance-Based Structural Equation Modeling (Cb-Sem): Guidelines On Its Application As A Marketing Research Tool. *Brazilian Journal Of Marketing*, 13(2).

- Hajati, D. I. (2022). The The Effect Of Cash On Delivery, Online Consumer Rating And Reviews On The Online Product Purchase Decisions. *Business Innovation And Entrepreneurship Journal*, 4(1), 18-26.
- Halaweh, M. (2018). Cash On Delivery (Cod) As An Alternative Payment Method For E-Commerce Transactions: Analysis And Implications. *International Journal Of Sociotechnology And Knowledge Development (Ijskd)*, 10(4), 1-12.
- Halisa, N. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan Sistem Pembayaran Cash On Delivery (Cod) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Aplikasi Lazada (Studi Pada Mahasiswa Universitas Siliwangi) (Doctoral Dissertation, Universitas Siliwangi).
- Hernawan, E., & Andy, A. (2018). Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Gerai Alfamidi Taman Royal Tangerang. *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 16(3), 1-8.
- Istiqomah, M., & Marlana, N. (2020). Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Danonline Customer Ratingterhadapkeputusan Pembelian Produk-fashion. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 288-298.
- Janamarta, S. J., Hendra, H., & Yana, D. (2021). Effect Of Ease Of Use And Trust On Purchase Decisions Through Online Shopping Sites. *Eco-Fin*, 3(3), 388– 398. <https://doi.org/10.32877/ef.v3i3.53>
- Khutba, A. T & Islamuddin (2022). Pengaruh Harga Dan Layanan Cash On Delivery (Cod) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kecamatan Semidang Alas Kabupaten Seluma) Semj: *Sharia Economic Management Business Journal*. 3(2), 125-136.
- Kotler, P., Armstrong, G., Gay, M. G. M., & Cantú, R. G. C. (2017). *Fundamentos De Marketing*.
- Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, C. T., & Leong, S. M. (2018). *Marketing Management: An Asian Perspective*. London: Pearson.
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online Costumer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla. *Jurnal Mirai Management*, 5(3), 139-154.
- Lestari, A. N., Sulistiyani, A., Anggraeni, V., & Juniansyah, M. A. (2023, August). The Influence Of Shopee's Flash Sale Promotion And "Free Shipping" Tagline On The Buying Interest Of Young People In Sukabumi City. In *International Conference On Economics, Management And Accounting (Icemac 2022)* (Pp. 117-124). Atlantis Press.
- Lihardo, J., & Hernawan, E. (2022). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Barang Elektronik Pada Tokopedia Di Masa Pandemi Covid-19. *Emabi: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1 No. 2.

- Mahyar, H., Afrilla, N., & Burhanudin, B. (2018). Pengaruh Aplikasi Online Shop Lazada Terhadap Perilaku Pembelian Produk Fashion (Doctoral Dissertation, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa).
- Malau, R. H., & Limbong, T. (2020). Sistem Informasi Pemasaran Dan Penjualan Hasil Tenun Ulos Desa Lumban Suhi-Suhi. Kakifikom (Kumpulan Artikel Karya Ilmiah Fakultas Ilmu Komputer), 93-101.
- Marcelino, K. (2020). Pengaruh Citra Merek, Faktor Emosional Pelanggan, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Coffee Shop Kopi Wolu G-Walk Di Surabaya (Doctoral Dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).
- 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.
- Megawati, N. (2018). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Pembelian Pada Online Shop (Studi Kasus: Pelanggan Online Shop Lazada Pada Mahasiswa Feb Unila). Skripsi. Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Lampung, Bandar Lampung.
- Naryono, E. (2022). Design Keputusan Pembelian E-Commerce Di Kota Sukabumi: Manajemen Pemasaran. Ekonomedia, 11(01), 9-23.
- Novianty, S., & Kusnawan, A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Menentukan Pembelian Produk Melalui Aplikasi Online Tokopedia. Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis, 2(2), 159-167.
- Novitasari, N., & Maulana, A. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 8(14), 252-256.
- Octaviani, D., Mursalin, A., Reswari, R. A., Kariza, C. I., Sugiardi, S., & Oktarika, D. Implementasi Digital Customer Relationship Marketing Pada Pt. Pln (Persero) Unit Induk Wilayah Kalimantan Barat.
- Pulungan, J. (2022). Pengaruh Metode Pembayaran Cash On Delivery (Cod) Pada E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Kelurahan Kampung Baru, Dumai Dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Putri Melinda, P. U. P. U. T. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Ceriamart (Studi Kasus Ceriamart Semper Timur) (Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Putri, N. P. (2020). Pengaruh Online Customer Review, Kepercayaan Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Di Soloraya. [Http://Eprints.Ums.Ac.Id/Id/Eprint/83633](http://Eprints.Ums.Ac.Id/Id/Eprint/83633)

- Razali, G., Andamisari, D., & Saputra, J. (2022). Pengaruh Promosi Diskon Dan Gratis Ongkir Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Citizen: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(3), 482-491.
- Saputri, N. A., & Mawardi, F. D. (2022). Pendampingan Pengelolaan Umkm Melalui Digital Marketing Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Kota Batu. *Jurnal Pengabdian Dan Peningkatan Mutu Masyarakat*, 3(2), 155-163.
- Sari, E. (2022). Pengaruh Promosi Gratis Ongkos Kirim, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Hkbp Nommensen Medan).
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan Keahlian Edisi 6 Buku 2*.
- Sugiyono, F. X. (2017). *Neraca Pembayaran: Konsep, Metodologi Dan Penerapan (Vol. 4)*. Pusat Pendidikan Dan Studi Kebanksentralan (Ppsk) Bank Indonesia.
- Sugiyono, S., & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, Dan Cara Mudah Menulis Artikel Pada Jurnal Internasional)*.
- Tholok, F. W., Janamarta, S., & Wibowo, F. P. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Era Covid 19 (Studi Kasus Di Pt. Erje London Chemical). 3(41), 48– 56
- Tresnasih, M. (2022). Pengaruh Online Costumer Review Dan Layanan Cash On Delivery Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jisma: Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(4), 403-408.
- Vernandi, P. R. (2023). Pengaruh Cash On Delivery, Promo Gratis Ongkir Dan Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Marketplace Shopee Di Wilayah Kota Tangerang (Doctoral Dissertation, Kodeuniversitas041060# Universitasbuddhidharma).
- Widodo, R. (2022). Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Flash Sale Dan Cash On Delivery, Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Online Shopee Pada Masyarakat Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Yulisna, M. (2018). Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Tradisional Di Gerai Bolu Kemojo Al-Mahdi Di Pekanbaru (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Riau).