

## DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Aryani, L. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen secara online di online shop lazada. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta*, 3(1), 39-52.
- Basalamah, M. R., & Millaningtyas, R. (2021). Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(15), 111-121.
- Batrisyia, Q., & Maydena, S. (2021). Impact of Free Shipping Promotion on Product Purchase Decisions in E-Commerce Shopee During Covid-19 Pandemic. *International Journal Administration Business & Organization*, 2(2), 12-19.
- Dirwan, D., Themba, O. S., & Latief, F. (2021). Aspect purchasing decisions at consumers lazada: Trust, price, tagline. *Jurnal Economic Resource*, 3(2), 86-93.
- Dzulqarnain, I. (2019). *Pengaruh Fitur Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee*. Skripsi. Universitas Jember, Jember.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multiverat Dengan Prgram IBM SPSS 25 (9 ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, I. (2017). *Pengantar statistika inferensial*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Haryanto, A. T. (2021). Pengguna Internet Indonesia Tembus 202,6 Juta, *detikinet*. Retrieved from <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5407210/pengguna-internet-indonesia--2tembus026-juta>
- Herzegovino Sianipar, F. A., & Yoestini, Y. (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(6), 1-8.
- Iduozee, E. (2015). *The credibility of online consumer reviews. Case Lumene. Master's Thesis*. University Of Tampere, Tampere. Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/250140067.pdf>

- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo.
- iprice.co.id*. (2021). Peta E- Commerce Indonesia. Retrieved 17 Januari, 2022, from <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Istiqomah, M., & Marlana, N. (2020). Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashion. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 288-298.
- Jannah, M., Wahono, B., & Khalikussabir, K. (2022). Pengaruh Diskon Flash Sale, Rating Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(13), 38-51.
- Jayani, D. H. (2019). Tren Pengguna E-Commerce Terus Tumbuh. Retrieved 18, 2022, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/tren-pengguna-e-commerce-2017-2023>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (15 ed.). Jakarta: PT. Indeks.
- 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.
- lazada.co.id*. (2017). Tentang Lazada. Retrieved 17 Januari, 2022, from <https://www.lazada.co.id/about/>
- Mahyarni, M. (2013). Theory of reasoned action dan theory of planned behavior (Sebuah kajian historis tentang perilaku). *Jurnal El-Riyasah*, 4(1), 13-23.
- Maria Agatha, W. (2018). Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Barong Gung Tulungagung. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 3(2), 27-35.
- 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.
- Nugroho, Y. A. (2011). *It's Easy Olah Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Skripta Media Creative.
- Nuraeni, Y. S., & Irawati, D. (2021). The Pengaruh Online Customer Review, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa UBSI). *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(4), 439-450.

- Oktavani, F., & Simatupang, L. N. (2020). Pengaruh Harga, E-Promosi Dan Kepercayaan, Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Aplikasi Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Satya Negara Indonesia Kampus A). *Jurnal Manajemen*, 4(2), 26-36.
- Pamungkas, I. N. A., & Lestari, M. T. (2016). *Marketing Communication*. Yogyakarta: Cybermedia Era.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (3 ed.). Lumajang: Widya Gama Press.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah, F. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 1-10.
- Purnomo, A. K. (2019). *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS*. Surabaya: Jakad Publishing.
- Purwanto, N. (2021). Pengaruh E-Trust dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis (EK&BI)*, 4(2), 635-639.
- Rusdiana, A., & Irfan, M. (2018). *Sistem Informatika Manajemen* (2 ed.). Bandung: Pustaka Setia.
- Shafa, P. M., & Hariyanto, J. (2020). *Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Berbelanja Online Melalui Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Bekasi)*. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta, Jakarta.
- Siahaan, M., & Christiani, D. (2021). The Effect Of Prices And Promotions On Purchase Decisions At Shopee: Case Study Of Bhayangkara University Jakarta Raya. *International Journal of Economy, Education and Entrepreneurship*, 1(3), 253-268.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi* (1 ed.). Yogyakarta: Andi.
- Sudjatmika, F. V. (2017). Pengaruh harga, ulasan produk, kemudahan, dan keamanan terhadap keputusan pembelian secara online di Tokopedia. com. *Agora*, 5(1), 1-7.

- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian dan Pengembangan*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Syarifah, E., & Karyaningsih, K. (2021). Pengaruh Online Customer Review Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Pada Marketplace Lazada. *YUME: Journal of Management*, 4(1), 235-244.
- Themba, O. S. (2021). Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee Melalui Harga, Diskon, Promo Ongkos Kirim Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(3), 925-932.
- Tjiptono, F. (2009). *Strategi Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV. Andi.
- Utami, P. D. (2021). Peranan Cost On Delivery Dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Lazada Di Lumajang. *Manajemen*.
- Wibowo, L. A., & Priansa, D. J. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran* (1 ed.). Bandung: Alfabeta.
- Widarjono, A. (2015). *Analisis Multivariat Terapan* (2 ed.). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Wikipedia.org. (2022). E-commerce. Retrieved 17 Januari, 2022, from <https://en.wikipedia.org/wiki/E-commerce>
- Zhao, X. R., Wang, L., Guo, X., & Law, R. (2015). The influence of online reviews to online hotel booking intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(6), 1343-1364.