

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Rasyad, F., & Budianto, A. (2023). Pengaruh *Rating*, Diskon Dan Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Shopee (Study Pada Mahasiswa Febi Uin STS Jambi). *Jurnal Sains Student Research*, 1(1), 448–461. <https://doi.org/10.61722/jssr.v1i1.161>
- Adolph, R. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Membeli Secara *Online* Melalui Kepercayaan Merek Pada *E-Commerce* Shopee Di Kota Banjarmasin. *Jimmu*, 5, 1–23.
- Aji, M., Nurlenawati, N., Triadinda, D., Studi Manajemen, P., Ekonomi dan Bisnis, F., & Buana Perjuangan Karawang, U. (2023). *The Influence Of Online Customer Review And Customer Rating On Interest In Buying Fashion Products On The Shopee Platform (Study On Management Students At University Buana Perjuangan Karawang)* Pengaruh *Online Customer Review* Dan *Customer Rating* Terhadap M. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 9373–9392. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Amelindha, V. (2024). Pengaruh persepsi kualitas produk, kepercayaan terhadap merek, dan *ewom* terhadap keputusan pembelian konsumen di shopee. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2, 13–24.
- Arwana, D. S., & Purnomo, N. (2024). Pengaruh *Live Streaming Selling*, Diskon, Gratis Ongkir dan *Cash on Delivery* terhadap Keputusan Pembelian pada *E-Commerce* Shopee. *Budgeting: Journal of Business ...*, 5(2), 1129–1144. <https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/Budgeting/article/view/9647%0Ahttps://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/Budgeting/article/download/9647/6327>
- Assadurachman.A. (2017). *Marketplace* barang bekas. *Riset Manajemen*.
- Chalim, S. A., Sunaryo, H., & Farida, E. (2021). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Platform E-Commerce* Shopee Di Era Pandemi (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen* , 66–73. www.fe.unisma.ac.id
- Damayanti, A., Arifin, R., & Rahmawati. (2023). Vol. 12. No. 01 ISSN : 2302-7061. *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis*, 12(01), 510–518.
- Hana, S. (2023). Analisis pengaruh diskon, promosi, dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelianpada pengguna aplikasi Shopee. *Jurnal Visionary*.
- Jannah, M., Wahono, B., & Khalikussabir. (2019). Pengaruh Diskon *Flash Sale*, *Rating* dan Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace* Shopee. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(13), 38–51. www.indotelko.com
- Joko Widodo, Mukhamad Zulianto, M. W. B. S., Widodo, J., & Zulianto, M. (2022). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian *Marketplace* Shopee (Studi Kasus Masyarakat

- Desa Kesilir Kabupaten Jember). *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Dan Kewirausahaan (Jpeaku)*, 2(1), 24–29. <https://doi.org/10.29407/jpeaku.v2i1.17979>
- Keller&kotler. (2017). *Manajemen pemasaran* (erlangga (ed.); 13th ed.).
- Kottler & Keller. (2018). *Dasar-dasar pemasaran* (9th ed.). Erlangga.
- Lestari, A. P. (2023). Analisis Pengaruh Harga, Diskon Dan Kualitas Produk terhadap pengambilan keputusan pembelian pada *marketplace* zalora di surakarta. *Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo Alamat*, 1–11. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/114968>
- Lilik Qaffidhotul Ilmi, R. A., & Mahardani, A. S. (n.d.). Studi Tentang Pengaruh Shopee *Paylater*; Diskon Harga, Gratis Ongkos Kirim, Dan *Online Customer Riview* Terhadap Keputusan Pembelian Di *E-Commerce* Shopee (Studi Kasus Pada Konsumen Generasi Z Kec Lowokwaru Kota Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 13.
- Mangkunegara. (2019). *Manajemen pemasaran* (12th ed.).
- Mariyah, U. (2024). Pengaruh *Brand Personality* dan *Perceived Quality* Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya pada *Repurchase Intention* Produk *Natasha Skincare*. *Economic Reviews Journal*, 3(1), 96–108. <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i4.492>
- 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). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(2), 1–20.
- Paramita, R. W. D., R. N. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (2nd ed.). Azyan Mitra Media.
- Ghozali imam, M. C. (2020). *Grand Theory Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*. Yoga pratama.
- Sugiono. (2019). *Metpde pene;itian pendidikan* (C. Alfabeta (ed.); 3rd ed.).
- Sugiono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D* (S. Y. Suryandi (ed.); ke 3). Alfabeta, Cv.
- Puspitasari, L., & Aherrawati. (2023). Pengaruh iklan dan diskon terhadap keputusan pembelian *online* pada pengguna aplikasi shopee. *Administrasi Manajemen Pemasaran Bisnis*, 267–280.
- Rakhman abdullah, S. (2023). Pengaruh *online customer review* dan *online customer Rating* terhadap keputusan pembelian pengguna shopee. *Global Research Economy, Business, Communication, and Information*, 1.
- Rusmanida. (2020). pengaruh kesadaran merek dan persepsi kualitas terhadap keputusan membeli secara *online* melalui kepercayaan merek pada *e-commerce* shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 16–22.

- Salzabila Artamevia, Eny Setyariningsih, & Budi Utami. (2022). Pengaruh *Price Discount* Dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-Commerce* (Studi Kasus Pada Konsumen Shopee Di Wilayah Mojokerto). *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(11), 2887–2900. <https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawailmiah.v1i11.2876>
- Siti Noor Aisyah, & Syaiko Rosyidi. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, *Customer Review*, *Customer Rating* Dan Promosi *Flash Sale* Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee. *Jurnal Kompetitif*, 12(1), 48–60. <https://doi.org/10.52333/kompetitif.v12i1.83>
- Sofyan, A. (2017). *Manajemen pemasaran: dasar, konsep & Strategi*.
- Sugiyono. (2019). *metode penelitian dan pengembangan*. Alfabeta.
- Sukirman, R., Kumalasari, F., & Hendrik. (2023). Pengaruh *Online Customer Review* Dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *Marketplace* Shopee. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(1), 152–159. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i1.845>
- Tjiptono, C. (2019). Pengaruh *perceived quality* dan *review customer* terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* shopee. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*.
- Wijaya, S., & Kusnawan, A. (2022). Pengaruh Diskon, Promosi, *Digital Marketing*, *Brand Image*, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Shopee Kota Tangerang. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 1–11.