

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, K. M., Ali, A. M., Haron, N., & Izni, N. A. (2022). The Impact of Sales Promotion and Ewom on Consumer's Actual Purchase Online in Kuala Lumpur, Malaysia: a Study on Generation-Y. *International Journal Of Special Education*, 37(3s).
- Alsoud, (2022). M. Determinants Of Online Reviews Usefulness And Its Impact On Consumers Purchase Decisions. Volume 21, Special Issue 2. *Academy of Strategic Management Journal*
- Alvi Herzegovino Sianipar, F., & 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), 1–10. [Http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/Dbr](http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/Dbr)
- Arbaini, P. (2020). Pengaruh Consumer Online Rating Dan Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace Tokopedia. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7(1), 25–33. <https://doi.org/10.26905/jbm.v7i1.3897>
- Cholili, R. N., & Rachmi, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Gopay (Studi Pada Konsumen Gofood Di Kota Malang). *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 6(1), 1–4.
- 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*, 15(1), 74–79.
- Dwijantoro, R., Dwi, B., & Syarief, N. (2021). Marketplace Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Di Umaha. *Jurnal Ecopreneur*.12, 4(2), 172–178.
- Haniscara, N. A., & Saino. (2021). Pengaruh Online Customer Review Dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Marketplace Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening: Studi Pada Generasi Muda Surabaya. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5(1), 6.
- Jaelani, E. (2018). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Konsumen Tokopedia Di Bandung. *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi*, X(2), 57–64.
- Julianti, & Aini, Y. (2019). Pegaruh Online Costumer Review Dan Online Costumer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Online Marketplace (Studi Mahasiswa Universitas Pengaraian). *Cano Ekonomos*, 8(1), 99–106.
- Lupiyoadi, Rambat Dan Ikhsan, Ridho Bramulya. 2015. *Praktikum Metode Riset Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat.
- Prilano, K., & Sudarso, A. (2020). Pengaruh Harga , Keamanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. 1(1), 1–10.

- Purwanto, N. (2019). Pengaruh Percieved Risk Dan Online Costumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Tokopedia (Studi Pada Konsumen Tokopedia Di Kota Jombang). *Jurnal Eksekutif*, 16(2), 175–186.
- Ramadan, F., Muchtar, & Hafid, H. (2021). Pengaruh Online Customer Review Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace. *Jurnal Forum Ekonomi*, 23(3), 405–412.
- Ramadhan, F., H, H. M. J. S., & Hum, M. (2018). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online Pada E-Commerce Shopee Analysis The Effect Of Promotion Mix To Online Purchase Decision On E-Commerce Shopee. 5(3), 3138–3144.
- Regina Dwi Amelia, Michael, M., & Mulyandi, R. (2021). Analisis Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Kecantikan. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(2), 274–280. <https://doi.org/10.36418/jist.v2i2.80>
- Safitri, D. D., Niaga, P. T., Ekonomi, F., & Surabaya, U. N. (2020). Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Di Online Marketplace (Studi Pada Konsumen Di Surabaya) *Finisica Dwijayati Patrikha*. 8(3), 1020–1026.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: PT Alfabeta.
- Taharu, R. V., Barusman, A. R. P., & Saptarini, V. (2019). Pengaruh E-Wom Dan Review Produk Pada Market Place Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Jadi Di Bandar Lampung. *Jurnal Visionist*, 8(1).
- Tulanggow, S. G., Tumbel, T. M., Walangitan, O., Administrasi, J. I., Studi, P., & Bisnis, A. (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian Pt . Shopee International Indonesia Di Kota Manado. 9(3), 35–43.
- Yoeliastuti, Y., Darlin, E., & Sugiyanto, E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Penjualan Online Shopee. *Jurnal Lentera Bisnis*, 10(2), 212. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v10i2.425>
- Yusda, D. D. (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada House Of Shopaholic Di Bandar Lampung. *Jurnal Technobiz*, 3(3), 14–18.