

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, N. P. N., Restuningtyas, Y. A., & Jodi, W. G. A. S. (2023). Pengaruh Citra Merk, Desain Produk, Dan Online Customer Review Pada Keputusan Pembelian Online. *IDEI: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 4(2), 87–96. <https://doi.org/10.38076/ideijeb.v4i2.196>
- Aradatin, S. A. Al, Muslih, B., & Meilina, R. (2021). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Aktif Prodi Manajemen Angkatan 2017 UNP Kediri). *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi (SENMEA)*, 757–767. <https://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/article/view/1704>
- Artamevia, S., Setyariningsih, E., & Utami, B. (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>
- Auli, S., Basalamah, M. R., & Millannintyas, R. (2021). Pengaruh Diskon dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee. *Jurnal Riset Manajemen*, 111–113. www.fe.unisma.ac.id
- Azam, M. C., & Sukandani, H. Y. (2020). Pengaruh Kualitas Produk , Price discount dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Oppo di Terminal Phone Plaza Marina Surabaya This study aims to see the effect of product quality , price discounts and promotions on purc. *Journal of Sustainability Business Research*, 1(1), 506–515.
- Damayanti, A. A., & Damayanti, D. (2024). Pengaruh Diskon, Gratis Ongkos Kirim, Cash on Delivery dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Online Shopee. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(3), 660–669. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i3.1132>
- Dewi Arnanda, W., & Yudho Leksono, P. (2024). Analisis Program Flashsale, Cashback Promotion, Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian E-Commere Shopee. *Simposium Manajemen Dan Bisnis III Program Studi Manajemen - FEB UNP Kediri*, 3, 2024.
- Faradita, P. A., & Widjajanti, K. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia. *Solusi*, 21(2), 130. <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i2.6333>

- Fauziah, Y., Sumantyo, F. D. S., & Ali, H. (2023). Pengaruh Online Consumer Review, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 48–64. <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i1.118>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponogoro.
- Hendy, H., Robin, R., & Aranggoh, H. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Kesetiaan Pelanggan pada Merek Erigo di Medan. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(3), 1191–1203. <https://doi.org/10.37481/jmh.v4i3.1065>
- Jiniso. (2024). *jiniso id*. <https://jiniso.id/>
- Kemalasari, P., & Suzy Widyasari. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Social Media Marketing, Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian. *Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha*, 32(2), 133–145. <https://doi.org/10.32477/jkb.v32i2.944>
- Kotler, & Amstrong, G. (2019). *Prinsip-prinsip pemasaran* (12 Jilid 1). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, Kevin Lane. (2015). *A Framework For Marketing Management*. In *Sustainability (Switzerland)*.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Manajemen Pemasaran (terjemahan)*. Erlangga.
- Nahera, F., & Evelina, T. Y. (2023). Pengaruh Online Consumer Review dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(1), 14–19.
- Novianti, A., Ekowati, D., Nawarcono, W., & Margiutomo, S. A. (2023). *Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Cash On Delivery Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Tiktok Shop*. 507–514.
- Nurhayati, S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Yogyakarta Di Shopee. *Albama: Jurnal Bisnis Administrasi Dan Manajemen*, 15(2), 24. <https://doi.org/10.56606/albama.v15i2.74>
- Nurlaili. (2023). Pengaruh Kualitas produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap keputusan Pembelian Konsumen Pada Tokopedia. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(3), 2455–2460. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>

- Pramudianti, D., Rismawati, D. A., Lestari, M. S., Pravitasari, N., Saputri, P., Wahyudi, R., & Rahmawati, Y. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, Ulasan Produk, Dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace TikTok Shop. *Academica: Journal of Multidisciplinary Studies*, 7(1), 67—92.
- Pratiwi, A. B., Wihara, D. S., & Djoko, E. (2022). Analisis Penggunaan Media Sosial, Potongan Harga, Dan Pelayanan Prima Terhadap Keputusan Pembelian Toko RCK. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi 2022*, 7, 469–473. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/2244>
- Purwanto, N. (2021). Pengaruh E-Trust Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Tokopedia Di Jombang). *Jurnal EK&BI*, 4, 2620–7443. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v4i2.357>
- Putri, A. R., & Leksono, P. Y. (2024). Strategi Personal Selling, Review Customer Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian. *Simposium Manajemen Dan Bisnis III Program Studi Manajemen - FEB UNP Kediri*, 3, 844–854.
- Putri, Artanti, & Yessy. (2022). Pembelian Impulsif Pada Marketplace: Pengaruh Personality, Price Discount Dan Media Sosial. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(5), 509–522. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i5.59>
- Rahmawati, A. Y. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Tiktok Live Shopping (Studi pada Generasi Z di Wilayah Madiun). *Simba Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi 5, July*, 1–23.
- Rakhma, A. F., Pardiman, & Hatneny, A. I. (2021). Pengaruh Product Knowledge, Brand Image, Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee (Studi pada Customer Marketplace Shopee di Malang). *Jurnal Riset Manajemen*, 2020, 115–125.
- Sugiarti, I. D., & Iskandar, R. (2021). Pengaruh Consumer Review Terhadap Keputusan Pembeli Terhadap Toko Online Shopee. *Jurnal Sosial Teknologi*, 1(9), 954–962. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v1i9.195>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. alfabeta.
- Sutriyanto, E. (2021). *Ada Kontribusi Kuat Anak Muda di Balik Kisah Sukses Jiniso*. <https://www.tribunnews.com/bisnis/2021/02/03/ada-kontribusi-kuat-anak-muda-di-balik-kisah-sukses-jiniso>
- Tjiptono, F. (2015). *strategi pemasaran*.

- Veronica, C. M., Subagyo, & Purnomo, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Iphone. *Simposium Manajemen Dan Bisnis III Program Studi Manajemen - FEB UNP Kediri*, 8(3), 260–268. <https://doi.org/10.37715/jp.v8i3.2969>
- Zed, E. Z., Ratnaningsih, Y. R., & Ningsih, M. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Online Customer Review dan Kenyamanan terhadap Keputusan Pembelian Masker Sensi Mask Duckbill di Shopee. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 5334–5348.