

DAFTAR PUSTAKA

- Arif, M (2021). Pengaruh *Social Media Marketing, Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Online*. *SiNTESa Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial Dan Humaniora*. 1(1) 111-112.
- Aulia, S., Basalamah, M & Millannintyas, R. (2021). Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-Commerce Shopee*. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*. 10(15). 111–121.
- Asosiasi Jasa Internet Indonesia (Februari, 2024). Tingkat Pengguna Internet Di Indonesia. *APJJI.or.id*.
- Buchari Alma. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. CV. Alfabeta, Bandung.
- Chandika Respatya, Hendro, Wahyu. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Handphone Merek Iphone Kota Semarang. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 4(1), 44-70.
- Cindy Mutia, A. (2024). Kenaikan Jumlah Pengguna Internet. *Databoks.Katadata.Co.Id*.
- Cindy Mutia, A. (2023). Jumlah Pengguna TikTok Terus Bertambah. *Databoks.Katadata.Co.Id*.
- Cindy Mutia, A. (2023). Pangsa Pasar *E-commerce* Di Asia Tenggara Tahun 2022-2023. *Databoks.Katadata.Co.Id*.
- Didin, H., Indri, A ., Vely, R., & Evelina, A. *The Effect Of Electronic Word Of Mouth (E-WOM), Product Quality And Prie On Purhase Decisions*. *International Journal Of Education Management And Social Science*. 1(5). Mei 2020. 696-699.
- Diputra, R., Tresnati, R., & Oktini, D (2021). Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Electronic Word Of Mouth (EWOM)* terhadap Keputusan Pembelian. *Prosiding Manajemen*. 7(1), 164–167.
- Ekwinia & Maydena (2021). *Impact of Free Shipping Promotion on Product Purchase Decisions in E-Commerce Shopee During Covid-19 Pandemic*. *International Journal Administrational, Business and Organization*. Vol 2(2) 2022. 12-19.
- Hariono, L. (2019). Apakah E-Wom (Electronic Word of Mouth) Bisa Mengalahkan Wom (Word of Mouth) Dalam Mempengaruhi Penjualan Produk Kuliner. *Competence: Journal of Management Studies*, 12(1). <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v12i1.4946>

- Hariyanto & Trisunarno (2021). Analisis Pengaruh *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, dan *Star Seller* terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko Online di Shopee. *Jurnal Teknik ITS*. 9(2) 2020.
- Jayanti, R., Hafidzi, A., & Izzuddin, A. (2022). The Influence Of Information Quality, Online Customer Reviews And Postage Subsidy Promos On Purchasing Decisions On E-Commerce Shopee. *International Conference of Business, Accounting and Economics*. <https://doi.org/10.4108/eai.10-8-2022.2320915>
- Luthfiyatillah, A.N. Millatina, S.H. Mujahidah & S. Herianingrum (2020). Efektifitas Media Instagram Dan *E-Wom (Electronic Word Of Mouth)* Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian IPTEKS*. 5(1). 101-115.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Purba, F. R., & Paramita, E. L. (2021). *The Influence of e-WOM and Customer Satisfaction on Purchasing Decisions*. *International Journal of Social Science and Business*. 5(4).
- Rahmawati, A (2021). Pengaruh *Online Customer Review*, *Online Customer Rating* Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas PGRI Semarang). *Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi Kreatif*. 1(1). 18–23.
- Ribek, P. K., Anggraini, N. P. N., & Kumalasari, N. K. R. (2022). Pengaruh Iklan Televisi dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee di Bali. *Jurnal Satyagraha*, 05(02), 130–137.
- Rohmatulloh, C., & Sari, D. (2019). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Shopee. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 3(2), 1–8. <http://www.tjybjb.ac.cn/CN/article/downloadArticleFile.do?attachType=PDF&id=9987>
- Santosa, A (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, *Store Atmosphere*, Dan *E-Wom* Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Zenbu-House of Mozaru Paris Van Java, Bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(2), 148–158.

- Sari. M, Septrizarty. R, Farlina. W, Kahar.A & Nurofik. A. (2022). Analisis Strategi Bisnis UMKM Melalui Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Shop. *Journal of Economic and Management Scientises*. 5(1). 1–9.
- Septiani.E.Tarigan (2022). *Analysis Of Discount, Free Shipping And Product Diversity On Product Purchase Decisions On The Shopee Marketplace*. *Jurnal Ekonomi* Vol 5(1). Juni 2023. 292-297.
- Sudarita, Y. M. I. M. (2020). Pengaruh *E-WOM* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik. *Commercium*. 3(1). 36–40.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:Alphabet.
- Thakur, R. (2018). Customer engagement and online reviews. *Journal of Retailing and Services*, 41(November <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.11.002>
- Tusanputri, A. V., & Amron. (2021). Pengaruh Iklan dan Program Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Platform e-Commerce TikTok Shop. *Journal FEB UNMUL*, 23(4), 632–639.
- Wahyudi, T., R, B. H., & Sarmo, S. (2019). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen Remaja Kota Mataram Pada Pembelian Produk Fashion Shopee Online Shop. *Jurnal Riset Manajemen*, 19(1), 1–7. <https://doi.org/https://doi.org/10.29303/jrm.v19i1.33>
- Widodo. (2022) *Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Flash Sale Dan Cash on Delivery, Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Online Shopee*. <http://repository.uin suska.ac.id/58433/>
- Widya & Riptiono (2019). *Pengaruh Online Consumer Rview dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Consumer Trust Sebagai Intervening*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*. 1(1). 76–84.
- Yusuf, R., Hendawati, H., & Wibowo, L. A. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shoppe Terhadap Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515. <https://doi.org/10.38035/JMPIS>
- Zakiah, & Trianita, M. (2022). Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Di Aplikasi Shopeefood Pada Mahasiswa FEB Universitas Bung Hatta Padang. *E-Jurnal Bunghatta*, 21.