

DAFTAR PUSTAKA

- Afrinaldi, M., & Wiratha, A. (2024). The Effect of Promotion, Price, and Customer Rating Online on The Buying Decision of Tokopedia E-Commerce: a Case Study in Padang. *Study of Applied Entrepreneurship*, 1(2), 61–81. <https://doi.org/10.33830/sae.v1i2.9068>
- Anugrah, C., & Meliana, V. (2021). Analisis Campaign dan Green Marketing untuk menciptakan Keputusan Pembelian. *KALBISOCIO Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 8(2), 1–6. <https://doi.org/10.53008/kalbisocio.v8i2.170>
- 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>
- Febrianah, F., & Sukaris. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan Transaksi dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekobistek*, 11, 309–315. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i4.391>
- Gadi, O. Y. A., & Iskandar, D. A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Promosi Penjualan, Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Pada Toko Dan+Dan Di Duta Harapan). *Ultima Management : Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), 46–61. <https://doi.org/10.31937/manajemen.v12i1.1472>
- Graciafernandy, M. A., & Almayani, R. N. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating dan Online Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee. *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 5(1), 97–106. <https://doi.org/10.46918/point.v5i1.1800>
- Guna, D., & Meliana, V. (2024). Pengaruh Promosi Dan User Experience Terhadap Kepuasan Yang Berdampak Pada Loyalitas Supplier Pada Situs E-Commerce Tokodistributor. *STREAMING Business Journal*, 3(1), 90–99. <https://doi.org/10.53008/streaming.v3i1.3028>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate*

Data Analysis. Pearson Education.

Ilmiyah, I., & Zainab. (2024). Pengaruh Live Shopping Dan Review Content Creator Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa STIE NU TRATE Gresik. *JEK - Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan Kreatif*, 09(1).

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.

Luo, Z. (2024). *The Impact of Short Videos and Live Streaming on E- commerce Consumers ' Purchasing Decisions*. 0, 18–26. <https://doi.org/10.54254/2754-1169/114/2024BJ0152>

Najwah, J., & Chasanah, A. N. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews, Harga, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia. *BISECER (Business Economic Entrepreneurship)*, V(2), 1–13.

Napitupulu, R. B., Sirait, C. B., & Zega, Y. (2022). Pengaruh Iklan Dan Promosi Penjualan Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Darma Agung Medan. *Jurnal Global Manajemen*, 11(1), 40. <https://doi.org/10.46930/global.v11i1.1563>

Nisa, T. A., Deswidin, L., & Maulidizen, A. (2022). Pengaruh Citra Merek , Promosi dan Online Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada Aplikasi Tokopedia. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEKOMBIS)*, 1(2), 38–52.

Nuraeni, Y. S., & Irawati, D. (2021). 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). <https://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/article/view/1704>

Park, D.-H., & Lee, J. (2008). eWOM overload and its effect on consumer behavioral intention depending on consumer involvement. *Electronic Commerce Research and Applications*, 7(4), 386–398.

Pranata, I. Y. I., Wahab, Z., Widiyanti, M., & Rosa, A. (2022). *Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Lazada*

- Indonesia. <https://ejournal.unib.ac.id/index.php/a46/article/view/20328>
- Qomariah, N., Mahendra, M. M. D., & Hafidzi, A. H. (2023). *The Effect Of Price Consciousness, Sales Promotion And Online Customer Reviews On Purchase Decisions At The Marketplace Tokopedia*. <https://www.semanticscholar.org/paper/694f26d617a71f16fdca56b4ea4d88b0180305d2>
- Rahman, A. M., Amelia, W. R., & Nasution, F. A. (2022). The Influence Of Online Customer Review And Online Customer Rating On Purchase Decisions At Tokopedia (Case Study Of Tokopedia Users In Medan District, Johor). *Dharmawangsa: International Journals of The Social Science, Education and Humanities.*, 3(1), 23–33. <https://ejournal.unib.ac.id/index.php/a46/article/view/20328>
- Rahmawati, N. D., Winarso, W., & Anas, H. (2023). Pengaruh Flash Sale, Live Shopping, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Brand Skintific Di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economina*, 2(10), 2740–2755. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.897>
- Sudirjo, F., Ratnawati, Hadiyati, R., Sutaguna, I. N. T., & Yusuf, M. (2023). The Influence Of Online Customer Reviews And E-Service Quality On Buying Decisions In Electronic Commerce. *Journal of Management and Creative Business (JMCBUS)*, 1(2). <https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/jmcbus/article/view/941>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sunaryo, C. A., & Meliana, V. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Layanan Grabbike di Kota Harapan Indah Bekasi. *KALBISIANA : Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis Kalbis*, 8(4), 5136.
- Thomas, J. I., & Meliana, V. (2022). Pengaruh Keunikan dan Bauran Pemasaran Jasa terhadap Kepuasan Konsumen Boogie Doogie Cafe. *KALBISIANA : Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis Kalbis*, 8(3), 3558–3564.