

DAFTAR RUJUKAN

- Abdullah, Thamrin. 2003. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers.
- Agesti, dkk., 2021. The Effect of Viral Marketing, Online Customer Review, Price Perception, Trust on Purchase Decisions with Lifestyle as Intervening Variables in the Marketplace Shopee in Surabaya C. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding* March 2020, 496–507.
- Almayani, dkk., 2023. Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating dan Online Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee
- Arini Nur Safitri. 2022. Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Lazada. Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa
- Assael, H. 2002. *Consumer Behavior and Marketing Action*. Boston: PWS-Kent Publishing Company.
- Assael, H. 2004. *Consumer Behaviour: A Strategic Approach*. New York: Houghton Mifflin.
- Anindita Lintang Damayanti Geraldine, Fritina Anisa. 2022. Pengaruh Brand Image, Online Customer Review dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Lazada
- Cici Santika Norfitri. 2022. Pengaruh Flash Sale, Cashback dan Diskon Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
- Dinda Puji Lestari, Wirawan Widjanarko. 2023. Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan E-Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Jiniso.Id Di Marketplace Shopee
- Dyah Kusumawati, Saifudin. 2020. Pengaruh Persepsi Harga Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Secara Online Saat Pandemi Covid-19 Pada Masyarakat Millenial di Jawa Tengah. Universitas Sultan Fatah Demak
- Eka Syarifah, Karyaningsih. 2021. Pengaruh Online Customer Review Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Pada Marketplace Lazada. Universitas Singaperbangsa Karawang
- Giningroem, dkk., 2022. Peran Harga Dan Penawaran Cashback Terhadap Keputusan Pembelian Go-Food Dengan Menggunakan Pembayaran Digital Gopay. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

- Hasyim, Umar. 2022. Model Minat Penggunaan Kembali Melalui Kepuasan Pelanggan: Promosi Cashback Dan E-Service Quality (Literature Review Manajemen Pemasaran).
- Ivan Suryajaya, Krismi Budi Sienatra. 2020. Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Ditinjau Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wear It. Universitas Ciputra.
- Khanifah, Nur. 2021. Perilaku Konsumen Terhadap Belanja Online. http://repository.untag-sby.ac.id/8959/1/Makalah%20perilaku%20pelanggan%20terhadap%20belanja%20online_Laily%20Nur%20Khanifah_1211800032.pdf
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2008. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Indeks.
- Martini, dkk., 2022. Customer Online Customer Rating dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Modelia Fashion Pada Marketplace Tokopedia Jakarta. STIE Bali International Institute of Tourism Management.
- Novitasari, Maulana. 2022. Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia. Universitas Singaperbangsa Karawang.
- Nurul Agustin, Amron. 2022. Pengaruh Influencer Marketing dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Skincare Pada Tiktok Shop. Universitas Dian Nuswantoro
- Putri, dkk., 2023. Pengaruh Live Streaming, Online Customer Review dan Cashback Promotion terhadap Minat Beli Produk Pada Fitur Tiktokshop. Universitas Nusantara PGRI Kediri
- Riadi, Muchlisin. (2018). Aspek, Jenis, Tahapan dan Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli. <https://www.kajianpustaka.com/2018/12/aspek-jenis-tahapan-dan-faktor-yang-mempengaruhi-minat-beli.html>
- Rifky Abimanyu, Cecep Hermana. 2023. Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Cashback Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia. Universitas Singaperbangsa Karawang
- Rinaja, dkk., 2022. Pengaruh Online Customer Review, Word of Mouth, And Price Consciousness Terhadap Minat Beli Di Shopee. Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa
- Rosi Fitriani Zainudin Betawi. 2023. Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Paylater, Voucher Cashback, Serta Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli. Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang

Schiffman dan Kanuk. 2007. Perilaku Konsumen. Jakarta: Indeks.

Simangunsong, dkk., 2022. Pengaruh Persepsi Harga Dan Tagline “Gratis Ongkir” Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online Pada Masyarakat Pengguna Aplikasi Shopee Di Desa Baribaniaek, Kecamatan Muara

Siti Khoirun Nisa, Renny Dwijayanti. 2022. Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Produk Fashion Di Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika & Bisnis Universitas Negeri Surabaya). Universitas Negeri Surabaya

Supriyanto, dkk., 2022. Peran Harga Dan Penawaran Cashback Terhadap Keputusan Pembelian Go-Food Dengan Menggunakan Pembayaran Digital Gopay

Yuda Satya Pratama Saputra, Teguh Ariefiantoro. 2022. Pengaruh Persepsi Harga, Online Customer Review, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli di E-Commerce Tokopedia (Studi Pada Pengguna Tokopedia di Kota Semarang). Universitas Semarang

Yuliani, Suarmanayasa. 2021. Pengaruh Harga Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Poduk pada Marketplace Tokopedia. Universitas Pendidikan Ganesha

