

DAFTAR PUSTAKA

- Abi Mantara, M., & Yulianthini, N. N. (2022). Faktor-Faktor yang menentukan keputusan pembelian secara online di Bukalapak pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(2), 168-177.
- Abubakar, R., Adnan, & Adam, M. (2023). *Manajemen Inovasi Dan Kreativitas*. Rajawali Pers
- Amarudin, R. Priyanda, T. S. Agustina, N. S. Ariantini, N. G. A. L. Rusmayani, D. A. Aslindar, K. P. Ningsih, S. Wulandari, P. Putranto, I. Yuniarti, I. Untari, S. Mujiani, dan D. Wicaksono. 2022. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Sukoharjo: CV. Pradina Pustaka Grup.
- Amirullah. 2021. *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying*. Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis. Tidak diterbitkan.
- Anang, Firmansyah. 2018. *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying*. Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis. Tidak diterbitkan
- Ardani, W. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 40–47.
- Assauri, S. (2022). *Manajemen pemasaran: proses menganalisis, merencanakan, mengkoordinasikan dan mengendalikan program pemasaran*. E-Journal STIM Budi Bakti.
- Auliya, Y., Angelina, D., & Effendi, U. (2017). *Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Jurnal GERBANG ETAM Bisnis Administrasi, 2(2), 1–12.
- Aziiz, A. K. N., & Zaini, A. (2024). *Pengaruh online customer review dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk Erigo di marketplace Shopee*. Jurnal Aplikasi Bisnis, 10(1), 41–47.
- BrightLocal. (2023). *Local Consumer Review Survey 2023*. Diakses dari <https://www.brightlocal.com/research/local-consumer-review-survey/>.
- Budianto. 2017. *Manajemen Operasional Studi Manajemen Operasional, Jasa, dan Publik*. Yogyakarta: Cetakan Pertama. Ombak Tiga.
- Dahmiri, D., Hasbullah, H., dan Sari, S. S. (2020). *Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Jambi*. Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan, 9(1), 15–22.
- Dayanti, H., Andrian., Anas, H. (2024). *Pengaruh Flash Sale, Customer Review, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa FEB Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas*

- Bhayangkara Jakarta Raya*). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2 (8), 168–180.
- Dessler, G. (2020). *Human Resource Management*. Pearson
- Fadilah, A. N., Asnawi, A., & Ferriswara, D. (2023). *Pengaruh Harga dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Sayur Melalui Marketplace*. SAB – Edisi Khusus November. Tahun 2023. 247–258.
- Fauzi, D. (2021). *Determinasi Keputusan Pembelian Dan Pembelian Ulang Literature Review Manajemen Pemasaran*. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(6), 790–800.
- George R. Terry & L.W. Rue. 2019. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Cetakan Pertama. Bumi Aksara.
- Griffin, J. (2016). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hamali, & Arif Yusuf. (2016). *Pemahaman Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Servic
- Harvard Business Review. (2022). *The Power of Customer Reviews in the Digital Age*.
- Hasibuan, & Malayu, S. P. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Hedy, R., & Budiarti, (2023). *Manajemen Pemasaran Global Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen dan Keberhasilan Bisnis*. *Coopetition Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(2), 405-416.
- Hidayat, R. & Pamungkas, A. (2023). *Pengaruh Strategi Diskon terhadap Perilaku Pembelian Konsumen di E-Commerce*. *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, 10(2), 45-58.
- Hidayati, N. L. 2018. *Pengaruh Viral Marketing, Online Customers Reviews dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia Di Surabaya*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 5(2). Hidayati, N. L. (2018).
- Inayati, K. A., & Wijayanti, R. F. (2023). *Pengaruh Persepsi Harga Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee*. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(1), 32-37.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing (18th ed.)*. Pearson Education.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. 2016. *Marketing Management (15th Edition)*. Pearson Education Limited.
- Kotler, dan Keller. 2021. *Intisari Manajemen Pemasaran* . Yogyakarta: ANDI.

- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson
- Kurniaditya, R., Purwaningtyas, F., & Fadhilah, R. (2024). *Pengaruh diskon harga dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Matahari Department Store*. *Journal of Public Sector Innovations*, 9(1), 45–54.
- Lestari, S. I. P. (2018). *Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack terhadap Impulse Buying melalui Nilai Hedonik di Carrefour Surakarta*. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 7(2), 129-140.
- Maharani, D., & Budiarti, A. (2024). *Pengaruh diskon harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada marketplace Shopee*. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 5(2), 112–121.
- Mantara, M. A., Telagawathi, N. L. W. S. T., & Yulianthini, N. N. (2022). *Faktor-Faktor Yang Menentukan Keputusan Pembelian Secara Online Di Bukalapak Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha*. *JEMBA : Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen Dan Bisnis, Akuntansi*, 2(1), 18–28.
- Nahera, F., & Evelina, T. Y. (2023). *Pengaruh online consumer review dan price discount terhadap keputusan pembelian konsumen marketplace Shopee di Kota Malang*. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(1), 14-19.
- Pelangi, R., & Sismanto, A. (2025). *Pengaruh online customer review dan price discount terhadap keputusan pembelian konsumen e-commerce*. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Strategis*, 4(1), 55–66.
- Priadana & Sunarsi. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang: Pascal Books.
- R. Supomo 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Cetakan ke I. Penerbit Yrama Widya.
- Rangsang, K., & Millayani, N. (2021). *Electronic Word of Mouth dan Dampaknya Terhadap Keputusan Konsumen*. *Jurnal Cakrawala Bisnis*, 12(2), 75–86.
- Saparso. 2021. *The Marketing Process Menciptakan Nilai Bagi Pelanggan*. In *Navigating Commerce in Latin America*. Ukrida Press.
- Satenggetang, P. C., Lopian, J., & Mandagie, Y. (2019). *Pengaruh kualitas produk, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha pada PT. Hasjrat Abadi Sentral Yamaha Malalayang*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(3), 881–890.
- Satriadi M.Sc., S. A. P., Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Samudra Biru.
- Sofyan, M., Rulandari, N., & Sari, Y. (2021). *Analisis Proses Keputusan Pembelian Online Pada Shopee Mall Indonesia*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 26(3), 306–315.

- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2023. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi penelitian bisnis & ekonomi*.
- Susilowati, D. 2023. *Pengaruh online customer review dan online customer rating terhadap keputusan pembelian pengguna marketplace Shopee (studi kasus pada masyarakat Jakarta Barat)*. Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen, 1(3), 156-170.
- Syarifuddin, L. et. al. 2022. *Sejarah Pemasaran dan Strategi bauran pemasaran*. Yogyakarta : Istana Agency
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran: Prinsip & Penerapan*. Yogyakarta: Andi.
- Tundung Subali Patma, et al. 2019. *Pengantar Manajemen*. Politeknik Negeri Malang: Polinema Press.
- Weitzl, W. (2017). *Measuring electronic word-of-mouth effectiveness: Developing and applying the eWOM trust scale*. Springer Gabler.
- Wulandari, R., Ramahdan, G., Harahap, N. A., & Adila, Z. 2025. Pengaruh Price Discount Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Shopee Dengan Impulsive Buying Behavior Sebagai Variabel Moderating (Studi: Pengguna E-Commerce Shopee Kab. Merangin). *Balance: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 4(2), 1265-1275.
- Yonas, A. (2024). *Pengaruh Online Customer Review dan Rating Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik di Marketplace Shopee*. STIE Malangkucecwara.
- Zusrony, E. 2021. *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. In Jakarta: Indeks. Yayasan Prima Agus Teknik