DAFTAR PUSTAKA

Abubakar, R. (2021). *Pengantar metodologi penelitian*. SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.

Aditama, R.A. (2020). *Pengantar Manajemen: Teori dan Aplikasi*. Malang: AE Publishing.

Akbar, Aldrin Mohammad dan Alam, Nur siti. 2020. *E-Commerce Dasar Teori Dalam Bisnis Digital.* Yogyakarta: Yayasan Kita Menulis.

Arbani, Pratiwi. 2020. Pengaruh Customer Online Rating dan Review Terhadap Keputusan Pembelian, jurnal Bisnis dan Manajemen. 7 (1), 25-33.

Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.

Anang, F. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran).* Yogyakarta: CV Budi Utama.

Aswar, N. (2025). *Perilaku Konsumen*. Tahta Media Group.

Cialdini, R. B. (2021). *Influence: The psychology of persuasion*. Harper Business.

Darna, N. et al (2023). *Bahan Ajar Metodologi Penelitian*. Deepublish. ISBN : 978-623-02-7588-3.

Dwiwijaya, K., & et al. (2018). *Buku Ajar Pengantar Manajemen*.

Farki, et. al. (2016). *Pengaruh Online Customer Review dan Rating terhadap Kepercayaan dan Minta Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia.* Jurnal Teknik ITS, 2(2), 1-6.

Firmansyah, M. A., & Mahardika, B. W. (2018). *Pengantar manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.

Fitriyah, R. M., A'yun, Q., Hariran, M. A., & Muzdalifah, L. (2021). *Pengaruh gaya hidup dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian melalui Cash On Delivery (COD) pada pelaku UMKM di Sidoarjo*. Greenomika, 3(2), 98-105.

Halaweh, Mohanad. 2018. *Cash On Delivery* (COD) as an Alternative Payment Method for E-Commerce Transactions: Analysis and Implications. *International Journal of Sociotechnology and Knowledge Development* (IJSKD). IGI Global, vol. 10(4).

Dipindai dengan CamScanner

Hasibuan, Malayu S.P. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: Penerbit PT Bumi Aksara.

Hasibuan, Malayu.(2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.

Herdiana, D., Darna, N., & Muhidin, A. (2023). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER RATING TERHADAP PURCHASING DECISIONS ONLINE SHOP (Suatu Studi Pada Konsumen Amir Cell Cijulang)*. *5*, 161–168.

Ifah, E. N., Ramadhani, R., & Sarmin. (2024). *Pengaruh Online Customer Rating dan Metode Pembayaran COD terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Tokopedia*. *2*(4).

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan.* Unitomo Press. ISBN: 978-623-91788-2-6.

Irwansyah, R., Listiya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., Bairizki, A., Lestari, A. S., Rahayu., D. W. S., Butarbutar, M., Nupus, H., Elvera, I. H., dan Triwardhani, D. 2021. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bhakti Pe

Isnaini, K., Devi, Y., & Aisyah, A. (2024). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, ONLINE CUSTOMER RATING DAN LAYANAN CASH ON DELIVERY (COD) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA KONSUMEN SHOPEE DI KEC PASIR SAKTI, KAB LAMPUNG TIMUR)*. *2*, 1375–1384.

Kotler, P., Amstrong, G., dan Balasubramanian, S. (2021). *Principles of marketing (19th ed). Pearson Education.*

Kotler, P. & Keller, K.L (2016). *Marketing Management (15th ed). Pearson Education.*

Kurnia, & Ratnawili. (2023). Pengaruh Sistem Pembayaran *Cash On Delivery* (COD) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis,* 2023.

Latief, F., & Prabowo, R. E. (2020). *Pengaruh Online Customer Review dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla.* Jurnal Mirai Management, 5(3), 139-154.

Maharani. (2023). *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Implora Cheek & Liptint di Shopee pada Pelanggan Implora Cosmetics di Desa Bangun Sari.*

Dipindai dengan CamScanner

Malau, Harman. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.

Maryati. Sri & K. Merta. (2024). *Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating dan Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Semester 5 Manajemen).* Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Bisnis Digital, 3(2), 257-266

Maulina, A., et al. (2020). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan laba dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur* periode 2015–2019. Jurnal Akuntansi dan Manajemen Keuangan,1(2),1–12. Journal homepage: http://jurnal.stie-mandala.ac.id/index.php/jakuma.

Naim, Muh. Rezky dan Asma.2019.*Pengantar Manajemen*. Pasuruan: Cv Penerbit Qiara Media

Nainggolan et al., H. (2023). *Marketing 5.0: Penerapan Teknologi Menyerupai Manusia dalam Meningkatkan Pengalaman Pelanggan*. *[Nama Jurnal]*, 1–10.

Nurhayati, S.E., M.AB. (2023). *Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen.* Pekalongan : Nasya Expanding Management.

Philip Kotler, & Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management* (15th ed.)

Prasetyo, Hoedi dan Wahyudi Sutopo. (2018). *Industri 4.0: Telaah Klasifikasi Aspek dan Arah Perkembangan Riset"*, Jurnal Teknik Industri, Vol. 13, No. 1, Januari

Priadana, A., & Sunarsi, B. (2021). *Metode Penelitian dalam Ilmu sosial dan Ekonomi*.

Priansa, D. J. (2017).*Prilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta

Razak. (2016). *Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Minat Beli Pelanggan Indihome di Provinsi DKI Jakarta. Jurnal Manajemen Bisnis*

Salsabila, S. (2023). 962 | *Prospek Pelarangan Cash On Delivery (COD) Sebagai Sistem Pembayaran Dalam Perdagangan Secara Elektronik*. Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP), 7 (2), 2598-9944. https://doi.org/10.58258/jisip.v7i2.4577.

Dipindai dengan CamScanner

Sari, R. T. (2020). *Analisis lingkungan manajemen dalam pengembangan bisnis.* JEMI, 3(3), 117–122 https://journal.bakrie.ac.id/index.php/JEMI/article/view/2107.

Satriadi M.Sc., S. A. P., Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Samudra Biru.

Setyaji dan Agus, 2016. *Jualan Laris dan Beli Aman buat Agan-Agan di Forum Jual/Beli Kaskus.* Jakarta: mediaKita.

Siswanto, H. B. (2018). *Pengantar manajemen (Edisi revisi)*. Jakarta: Bumi Aksara.

Silvia, Vivi 2022. Pengaru Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee di Jakarta. Universitas Kwik Kian Gie.

Sudarsono, H. (2020). *Buku ajar: Manajemen pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.

Sugiyono. (2018). *Quantitative, qualitative, and R&D research methods*. ALFABETA.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (edisi ke dua). ALFABETA.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (edisi ke tiga). ALFABETA

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.Bandung: ALFABETA

Suhardi, M. A., Febliansa, M. R., Anzori, A., & Damarsiwi, E. P. M. (2023). *Pengenalan Metode Pembayaran Cash On Delivery (COD) Dalam Kegiatan Transaksi Belanja Online Pada Warga Dusun II Desa Sidoluhur. Jurnal Dehasen Mengabdi,* 2(2), 101-106.

Sundari, E., & Hanafi, I. (2023). *Manajemen Pemasaran*. UIRPRESS.

Suwastika, W., & et al. (2018). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*.

Dipindai dengan CamScanner

Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). *Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif*.

Untari, D. T. (2023). *Metode penelitian dasar* (E. Anargya, Ed.). PT Tribudhi Pelita Indonesia.

Wardhana, A. (2023). *Perilaku Konsumen di Era Digital* (Vol. 2). CV. Eureka Media Aksara.

Wibowo, A. (2021). *Metodologi Penelitian*.

Wicaksana, et, al. (2020). *Pemasaran Kewirausahaan Sosial dari Persepektif Teori.* Malang: Inara Publisher.

Zed. Z. Etty, et. al. (2024). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Cikarang. Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial Dan Pendidikan, 2(1), 01-07.

Zusrony, E. (2021). *Perilaku konsumen di era modern*. In *Jakarta: Indeks*. Yayasan Prima Agus Teknik.

Dipindai dengan CamScanner