

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, N., Hapshoh, A., Wusko, A. U. & Pasuruan, U. Y. (2025). *Pengaruh Augmented Reality Marketing , Online customer review , Persepsi Harga terhadap Purchase Decision dan Repurchase Intention (Studi pada Konsumen Maybelline Official Store di Shopee)*. 5(1), 10–18. <https://doi.org/https://doi.org/10.37481/jmneb.v5i1>
- Aflah, F. R. & Hamdani, M. F. (2025). *Penerapan Regresi Linier Berganda dalam Menilai Hubungan Antar Variabel dalam Penelitian Kuantitatif*. 5, 4195–4211. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/innovative.v5i3.19319>
- Ahadi, G. D., Nur, N. & Ersela, L. (2023). *The Simulation Study of Normality Test Using Kolmogorov-Smirnov* .. 6(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.29303/emj.v6i1.131>
- Aida, N., Tri, P., Muji, S., Herni, R., Astuti, J. & Endratno, H. (2026). *Pengaruh Flash Sale , Gratis Ongkir , Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsive Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Intervening*. 9(1), 455–477. <https://doi.org/https://doi.org/10.57178/paradoks.v9i1.2158>
- Alghifari, Yusuf, aruf. (2021). *purposive sampling*. 15(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.24127/jm.v15i2.635>
- Andriyani, L. & Huda, N. (2025). *Pengaruh Influencer Marketing , Product Quality Dan Online customer review Terhadap Purchase Decision Skincare Glad2Glow*. <https://doi.org/10.52643/jam.v15i1.5824>
- Anjani, R. (2025). *ANALISIS PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW , DISKON , DAN GRATIS ONGKIR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MARKETPLACE SHOPEE DI WILAYAH*. 1(1). <https://doi.org/https://wiranomika.id/wiranomika/article/view/177/44>
- Ayu, D., Edy, P. & Saputro, P. (2026). *Pengaruh Online customer review , Diskon , dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di E-Commerce Shopee*. 2022, 1113–1123. <https://doi.org/https://doi.org/10.57178/jer.v9i1>

- Azhari, E. (2023). *ANALISIS FAKTOR PENYEBAB KETERLAMBATAN PROYEK PEMBANGUNAN GEDUNG LABORATORIUM TERPADU DAN PERPUSTAKAAN MAN 1 MALUKU TENGAH*. 2(2), 262–270. <https://doi.org/https://doi.org/10.31959/ja.v2i2.1906>
- Damayanti, A. A. & Damayanti, D. (2024). *Pengaruh Diskon , Gratis Ongkos Kirim , Cash on Delivery dan Online customer review Terhadap Keputusan Pembelian Online Shopee*. 4(3), 660–669. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i3.1132>
- Febriah, I. & Febriyantoro, M. T. (2023). *Ecodemica : Jurnal Ekonomi , Manajemen dan Bisnis Pengaruh Live Video Streaming Tiktok , Potongan Harga , dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pendahuluan*. 7(2), 218–225.
- Filieri, F. (2020). What makes online reviews helpful? A diagnosticity-adoption framework to explain informational and normative influences in e-WOM. *Journal of Business Research*.
- Gabriella, C. (2023). *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Online customer review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Di E-Commerce Shopee (Studi Kasus Masyarakat Kabupaten Bekasi)*. 9(September), 143–154. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.8310631>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Education.
- Istiqomah, M. & Marlana, N. (2020). *Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashion The effect of free shipping promotion and online customer rating on the purchase decision of fashion product*. 12(2), 288–298. <https://doi.org/10.35941/jtessd>
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management*. Pearson.

<https://books.google.co.id/books?id=UbfwtwEACAAJ>

Kumbara, V. B. (2021). *DETERMINASI NILAI PELANGGAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN : ANALISIS KUALITAS PRODUK , DESAIN PRODUK*. 2(5), 604–630.

Kusumar, M. (2023). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN CUSTOMER RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU NIKE PADA SHOPEE* Michael Kusumar. 2(2), 405–423.
<https://doi.org/https://journal.ukmc.ac.id/index.php/casj/issue/archive>

Laudon, K. C. & Traver, C. G. (2020). *E-commerce: Business, Technology, Society* (16th ed.). Pearson.

Maulida, S. R., Brawijaya, U., Yuana, P. & Brawijaya, U. (2024). *PENGARUH BRAND IMAGE , CELEBRITY ENDORSER DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP*. 03(2), 300–311.
<https://doi.org/https://doi.org/10.21776/jmppk.2024.03.2.04>

Maurice, A. & Refiyana, C. (2024). *Uji Asumsi Klasik dalam Regresi Linier pada Perhitungan Menggunakan Laporan Keuangan di Sektor Telekomunikasi Bursa Efek Indonesia (BEI)*. 1(2), 107–118.
<https://doi.org/https://doi.org/10.62017/jimea>

Mona, M. G., Kekenusa, J. S. & Prang, J. D. (n.d.). *Penggunaan Regresi Linear Berganda untuk Menganalisis Pendapatan Petani Kelapa Studi Kasus : Petani Kelapa Di Desa Beo , Kecamatan Beo Kabupaten Talaud The Use of Multivariate Linear Regression to Analyse Income of Coconut Farmer Case Study : Coconut Farm*.
<https://doi.org/https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/decartesian/article/download/9211/8783>

Nurdiansah, A. (2022). *PENGARUH PRICE DISCOUNT TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DAN REPURCHASE INTENTION (STUDI PADA PENGGUNA SHOPEE FOOD)*. 1(8), 1495–1514.
<https://doi.org/https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i8.198>

- Puspitasari, L. (2023). *Pengaruh Iklan Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Surabaya*. 267–280.
<https://doi.org/https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/sab/issue/view/464>
- Putri, C., Sari, M., Ekonomi, F. & Malikussaleh, U. (2023). *JAIE*. 2(2), 68–76.
- Ramadhana, R. (2022). *Pengaruh Online customer review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace. Prospek I*, 157–166.
<https://doi.org/https://ojs.mahadewa.ac.id/index.php/prospek/article/view/1741>
- Razali, G., Andamisari, D., Saputra, J. & Komunikasi, P. M. (2022). *PENGARUH PROMOSI DISKON DAN GRATIS ONGKIR*. 2(3), 482–491.
<https://doi.org/10.53866/jimi.v2i3.132>
- Rezy, B. (2024). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, DISKON DAN TAGLINE “GRATIS ONGKIR” TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE (STUDI KASUS PADA PENGGUNA AKTIF APLIKASI SHOPEE DI DENPASAR)*. 5, 402–417.
<https://doi.org/https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/value/issue/view/606q>
- Salsa, M. (2024). *PENERAPAN DIGITAL MARKETING , GRATIS ONGKIR DAN ONLINE COSTUMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN*. 1(1), 84–97.
<https://doi.org/https://doi.org/10.55598/homanis.v1i1.7>
- saputri, indi, S. (2022). *Prodi Manajemen FEB UNP Kediri Tahun 2022 PENGARUH FLASH SALE , CUSTOMER REVIEW , DAN GRATIS ONGKIR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri)*. 322–328. <https://doi.org/https://doi.org/10.29407/6kr54573>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R\&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, P. (2022). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: CV Alfabeta.*

- Suryani, I. & Kurniasari, R. (2024). *Pengaruh Harga dan Diskon terhadap Keputusan Pembelian Produk Shopee pada Generasi Z Kota Depok*. 4.
- Wahyu, M., Santoso, B., Widodo, J. & Zulianto, M. (2022). *PENGARUH DISKON TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MARKETPLACE SHOPEE (STUDI KASUS MASYARAKAT DESA KESILIR KABUPATEN JEMBER)*. 2(1), 24–29. <https://doi.org/10.29407/jpeaku.v2i1.17979>
- Wijaya, S. (2022). *PENGARUH DISKON, PROMOSI, DIGITAL MARKETING, BRAND IMAGE, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA APLIKASI SHOPEE KOTA TANGERANG*.
- Yulistiani, N. (2024). *PENGARUH PROMO GRATIS ONGKOS KIRIM DAN ONLINE COSTUMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA EVENT TANGGAL KEMBAR SHOPEE DI PEKANBARU* Nanda Yulistiyani Universitas Islam Riau Awliya Afwa Universitas Islam Riau Adella Puspita Universitas Islam Riau Abst. 18(1), 20–37. <https://doi.org/10.35931/aq.v18i1.2971>