

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. S. (2022). Pengaruh Diskon dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Perilaku Konsumtif Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam (Study Pada Pengguna Tokopedia Mahasiswa Uin Raden Intan Lampung). *Artikel Universitas Negeri Islam Negeri Raden Intan Lampung*, 9–11.
- Amalia, & Wibowo. (2019). Analisis Siaran Iklan Dan Gratis Ongkos Kirim Sebagai Tipu Muslihat Di Youtube Terhadap Minat Beli Konsumen. *e-Proceeding of Applied Science*, 5(2), 571–579.
- Ardany, W. S. (2020). Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim, Online Customer Review, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Kudus Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2016). *Artikel Institut Agama Islam Negeri Kudus*, 10–43.
- Arianty, N., & Andira. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian . *MANAGGIO : Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50.
- Armstrong, G., et al. (2018). The Effect of Viral Marketing, Online Customer Review, Price Preception, Trust on Purchase Decisions with Lifestyle as Intervening Variabel in the Marketplace Shopee in Surabaya City. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 496–507.
- Asrizal, & Muhammad. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Study Kasus Pada Alfamart Di Kota Medan). *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia*, Vol 1. 83–88.
- Auli, S., et.al. (2021). Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *e-Jurnal Riset Manajemen*. 11–21.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2009). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Prespective*. Edisi 8. McGraw–Hill Irwan. New York.
- Belisa, N. (2018). Pengaruh Sales Promotion Voucher Diskon Melalui Media Sosial Instagram @BROSISDEAL Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Merchant Lokal Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 5(1).
- Buchari, A. (2011). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Edisi. Cetakan 13. Alfabeta. Yogyakarta.
- Dzulqarnain, I. (2019). Pengaruh Fitur Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee. *Repository Universitas Jember*, 17–96.

- European Parliament. (2015). *Online Consumer Reviews The Case Of Misleading Or Fake Reviews*. Europearl.Europa.Eu. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2015/571301/EPRS_BRI\(2015\)571301_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2015/571301/EPRS_BRI(2015)571301_EN.pdf). 16 November 2022.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 20*. Edisi 6. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gibrell, Omer. *et.al.* (2018). *Social Commerce Development In Emerging Markets*. Jilid 27. Electron. Commer
- Gitosudarmo, I. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 2. BPFE-UGM. Yogyakarta.
- Hadi, S. (2001). *Metodologi Research*. Jilid 2. Andi Offset. Yogyakarta
- Hamid, I. (2021). *Strategi Marketing Menggunakan Kupon Digital*. Aptana. <https://aptana.co.id/blog-details/Membuat-Promosi-Menarik-Dengan-Kupon-Digital--BL-20> diakses 16 November 2022.
- Hariyanto, H. T., & TriSunaryo, L. (2020). Analisis Pengaruh Online Customer Review . *Jurnal Teknik Institut Teknologi Sepuluh Nopember*, 9(2), 234–239.
- Inmar Intelliegence. (2018). *83 Perchent Of Shoppers Report That Coupons Are A Driver For Changes In Purchasing Behavior*. INMAR.Intelliegence. <https://www.inmar.com/blog/press/83-perchent/shoppers-report-coupons-are-driver-changes-purchasing-behavior> diakses 04 November 2022.
- Jurnal Entrepreneur. (2020). *Memahami Promo Free Ongkos kirim Yang Semakin Berkembang* . jurnal.id. [https://www.jurnal.id/id/blog/2017-memahami-promo-free-ongkos kirim-yang-semakin-berkembang/](https://www.jurnal.id/id/blog/2017-memahami-promo-free-ongkos-kirim-yang-semakin-berkembang/) diakses 05 November 2022.
- Kaplan, & Haelin. (2010). Users Of The World, Unite! The Challenges And Opportunities Of Social Media. *Bussiness Horizon*, 53, 59–68.
- Lackermair, G. (2013). Importance Of Online Product Reviews From A Consumer's Perspective. *Advances In Economics And Bussiness*, 1(2), 1–5.
- Laeli, R. N. (2022). Analisis Pengaruh Ratting Dan Tagline Gratis Ongkos kirim Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee. *Journal Of Management & Business*, 5(2), 14–306.
- Lamb, H., & McDaniel. (2001). *Pemasaran*. Edisi Pertama. Salemba Empat. Jakarta
- Mahdi, I. (2022). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022* . Dataindonesia.Id. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna->

media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022 diakses 01 November 2022.

- MBA Skool Team. (2019). *Discount Coupon - Meaning, Importance, Types & Example*. MBA Skool Team. <https://www.mbaskool.com/business-concepts/marketing-and-strategy-terms/17940-discount-coupon.html> diakses 15 November 2022.
- Mo, & Fan. (2015). Effect of Online Reviews on Consumer Purchase Behavior. *Journal of Service Science and Management*, 8(2), 419–424.
- Mokodompit, H. Y., et.al. (2022). Pengaruh Online Customer Rating, Sistem Pembayaran Cash On Delivery, Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Study Pada Mahasiswa Dan Alumni Equil Choir FEB UNSRAT). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, 10(3), 84–97.
- Mulyati, Y., & Gesitera, G. (2020). Pengaruh Online Customer Review terhadap Purchase Intention dengan Trust sebagai Intervening pada Toko Online Bukalapak di Kota Padang. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 173. <https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.538>
- Oktaviani, F. A. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Diskon, Dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Voucher Traveloka EATS. *Repository Universitas Bakrie*, 30–254.
- Philip, K., & Armstrong, G. (2007). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi 9. PT Indeks Gramedia Group. Jakarta
- Phillip, K. (2011). *Manajemen Pemasaran Di Indonesia*. Edisi 12. Erlangga. Jakarta
- Phillip, K., & Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Erlangga. Jakarta.
- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Triana Fitriastuti Kiswanto (ed.)). Mulawarman University PRESS.
- Riduwan. (2015). *Dasar-Dasar Statistika*. Edisi.Cetakan 16. CV Alfabeta. Bandung.
- Sofjan, A. (2010). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep Dan Strategi*. Edisi.Cetakan ke 15. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Somohardjo. (2017). The Effect of Online Reviews on The Review Attitude and Purchase Intention. *Erasmus School Of Economics*, 6–67.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian*. Edisi.Cetakan ke 1. Alfabeta. Bandung

- Swastha, B., & Sukotjo. (2007). *Pengantar Bisnis Modern*. Edisi 3. Liberty. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Tusanputri, A. V., & Amron. (2021). Pengaruh iklan dan program gratis ongkos kirim terhadap keputusan pembelian pada platform e-commerce tiktok shop. *FORUM EKONOMI*, 23(4), 632–639. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI>
- We Are Social. *Digital 2022: Another Year Of Bumper Growth*. (2022). We Are Social. <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/> diakses 01 November 2022.
- Yahya, M. S. (2019). Pengaruh Jaminan Dan Online Reviews Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Situs Penjualan Online Tokopedia (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara). *Repository Institut Universitas Sumatera Utara*, 63–111.
- Yofina. (2020). Pengaruh Online Customer Review terhadap Purchase Intention dengan Trust sebagai Intervening pada Toko Online Bukalapak di Kota Padang. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 9(2), 173–194.
- Zhao, X., et.al. (2015). The Influence of Online Reviews to Online Hotel Booking Intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(6), 64–134.