

DAFTAR PUSTAKA

- AndayaniEndah dkk. 2016. ANALISIS PENGARUH KREATIVITAS IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU SELULER AS DENGAN CELEBRITY ENDORSER SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Survei pada Mahasiswa S1 Universitas Slamet Riyadi Surakarta). Surakarta
- AtsilaRiris Eka dkk.2020.PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH, ONLINE CONSUMER REVIEW, DAN INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION DI MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA KONSUMEN GHEALSHY SHOES).JIAGABI.Malang
- APJII. 2018. Local Online Shop Survey, (Online), (<http://www.APJII.com/learn/local-online-shopsurvey/#2>,
- Darmawangsa, B. A., & Sri Ardani, A. I. (2015). PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU DAN EKUITAS. E-Jurnal Manajemen Unud, 4(8), 2163-2175.
- Dhaneswaravani anindya. 2019. PENGARUH TAGLINE “GRATIS ONGKIR” SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN BERBELANJA ONLINE PADA MASYARAKAT (Studi Pada Masyarakat Kota Bandar Lampung). Lampung
- Eko Zulianto. 2010. “Analisis Pengaruh Penggunaan Tagline Dan Persepsi Konsumen Dalam Pembentukan Brand Awareness Suatu Produk (Studi kasus pada iklan Coca-Cola)”. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. UIN Jakarta: Jakarta.
- Farki, A., Baihaqi, I., & Wibawa, M. B. (2016). Pengaruh Online Customer Review dan Rating terhadap kepercayaan dan minat pembelian pada online marketplace di Indonesia. jurnal teknik its, A614-A619.
- Fauziah Nofita dkk.2018.Pengaruh Brand Equity, Keamanan, Kreativitas Iklan, terhadap Keputusan Pembelian Online di Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang.e – Jurnal Riset ManajemenPRODI MANAJEMEN.Malang
- Ghazali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 23. Semarang. BP UNDIP.
- HidayatiNur Laili.2018.PENGARUH VIRAL MARKETING, ONLINE CONSUMER REVIEWS DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEE DI SURABAYA.Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN).Surabaya

- Imam Ghozali, 2005, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Istiqomah dkk. 2019. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Iklan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian di situs Shopee di Kota Lumajang. Progres Conference. Lumajang
- Kamila Korina Tasya dkk. 2019. PENGARUH ONLINE CONSUMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Mahasiswa Universitas Brawijaya TA 2015/2016 – 2018/2019 yang Pernah Membeli dan Menggunakan Xiaomi Smartphone). Malang
- Kanitra, A.R., dan Andriani, K. 2018. "Pengaruh Country Of Origin dan Online Consumer Review Terhadap Trust dan Keputusan Pembelian (Survey Pada Mahasiswa S1 fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 Tahun Akademik 2017/2018 Pembelian Produk Oppo Smartphone)". Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 61 No. 1, Agustus 2018.
- Kotler, Philip dan Keller. 2012. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi Ke 14. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Kevin, L. K. (2009). "Marketing Management". 13rd edition. Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Kotler, P., & Gary, A. (2014). Principle of Marketing, 15th edition. Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Maulana Hutomo Atman dkk. 2019. Analisa Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce oleh Generasi Z di Daerah Pedesaan. Jurnal Inovasi Bisnis. Riau
- Narbuko, C., & Achmadi, A. (2013). Metodologi Penelitian . Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Paramita, R. W. D., & Rizal, N. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Lumajang: Azyan Mitra Media.
- Priansa, D. J. (2017b). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Puspitasari, D. A. (2018). Analisis Pengaruh Perceived Quality, Perceived Value, Dan Perceived Risk terhadap Keputusan Pembelian Online.
- Ramadhan, R. S. (2018). Pengaruh Promosi Gratis Ongkos Kirim Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa di Yogyakarta.
- Sanusi, A. (2011). Metode Penelitian Bisnis. Jakarta: Salemba Empat.

- Sari Vela Novita.2019. Pengaruh gratis ongks kirim, diskon, dan iklan terhadap keputusan pembelian konsumen pada mahasiswa jurusan menejemen sekolah tinggi ilmu ekonomi widya wiwaha Yogyakarta. Yogyakarta
- Sedarmayanti , & Hidayat, S. (2011). Metodologi Penelitian. Bandung: Mandar Maju.
- Setiadi nugroho, (2003). Prilaku Konsumen. Jakarta. Prenada Media Group.
- Siregar, S. (2017). METODE PENELITIAN KUANTITATIF (4 ed.). jakarta: Kencana
- Sofian Effendi, Tukiran, 2012, Metode Penelitian Survei, LP3ES, Jakarta.
- Sugiyono. (2011). METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D . Bandung: ALFABETA.
- Sutanto, Monica. A, dan Aprianingsih, A. 2016. “The Effect of Online Consumer Review Toward Purchase Intention: a Study in Premium Cosmetic in Indonesia”. Proceeding International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science. 2016, 2528-617X.
- We Are Social, H. (2018, februari 1). Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/01/media-sosial-apa-yang-paling-sering-digunakan-masyarakat-indonesia>
- Widya Cucu Andita dkk.2019.PENGARUH ONLINE CONSUMER REVIEW DAN VIRAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CONSUMER TRUST SEBAGAI INTERVENING (STUDI PADA PENGGUNA INSTAGRAM DI KECAMATAN KEBUMEN). Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi.Kebumen
- Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian Populer & Praktis* (1 ed.). Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Wijaya, T., & Paramita, L. E. (2014). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (eWOM) TERHADAP. *RESEARCH METHODS AND ORGANIZATIONAL STUDIES* , 12-19.
- Yuandari, E., & Rahman, A. T. (2017). *METODOLOGI PENELITIAN DAN STATISTIKA*. Bogor: IN MEDIA.