

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, R. D., dan S. Wibowo. 2019. Analisis Siaran Iklan dan Gratis Ongkos Kirim sebagai Tipu Muslihat di Youtube Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada E-Commerce Shopee) Universitas Telkom. 5(2), 571-579.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Banjarnahor, A. R. 2021. *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis. Medan.
- Brestilliani, L., dan Suhermin. 2020. Pengaruh *Brand Awerness, Brand Ambassador*, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 9(2): 1-19.
- Filieri, R. 2015. What makes online review helpful? A diagnosticity adoption framework to explain informational and normative influences in e-WOM. *Journal of Business Research* 68(6):1261-1270.
- Firmansyah, M. A. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek Planning dan Strategy*. Qiara Media. Pasuruan.
- Gaynor, L. G. 2012. *Fashion Marketing Communications E-Book*. Somerset, NJ, USA: Wiley.
- Ghoni, M. A., dan E. Sholiha. 2022. Pengaruh *Brand Image, Online Customer Review dan Promotion* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Mirai Management* 7(2): 14-22.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* Edisi 9. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____. 2018. *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yoga Pratama. Semarang.
- Hartanto, B., dan L. Indriyani. 2022. Minat Beli di Marketplace Shopee. PT Inovasi Pratama Internasional. Padang.
- Hidayati, N. L. 2018. Pengaruh Viral Marketing, Online Customer Reviews dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga* 6(3), 77-84.
- Ichsan, M., H.M. Jumhur, dan S. Dharmoputra. 2018. Pengaruh Customer Online Rating and Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia Di Wilayah Dki Jakarta Effect of Customer Online Rating and Review To Buying. *e-Prossiding of Management* 5(2). Agustus: 1828-1835.

- Istiqomah, M., dan N. Marlana. 2020. Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashion. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 288-298.
- Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran 1*. 13th ed. Erlangga. Jakarta
- Kotler, P., dan A. Armstrong. 2018. *Prinsip – Prinsip Marketing*. Edisi Ke Tujuh. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P., dan K.L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 13. Erlangga. Jakarta
- Kotler, P., dan K. L. Keller. 2016. *Marketing Management*, 15th Edition. Person Prentice Hall, Inc. New Jersey.
- Latifa, P., H. Wandebori. 2016. Factors Influencing Cosmetics Purchase Intention In Indonesia Based On Online Review. *Prosiding Internasional Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science*. Universitas Negeri Yogyakarta: 255-263.
- Lupiyoadi, R., dan A. Hamdani. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Keempat. Salemba Empat. Jakarta.
- Maulana, H. A., dan Y. Asra. 2019. Analisa Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce oleh Generasi Z di Daerah Pedesaan. *Jurnal Inovasi Bisnis* 7: 162-165.
- Nofiwaty, E.M. Fitrianto, dan Lisnawati. 2020. Brand Ambassador and the Effect to Consumer Decision on Online Marketplace in Indonesia. *Sriwijaya International Journal Of Dynamic Economics And Business* 4(1):21-30.
- Nuraini, dan Annisa. 2018. Indonesia initiatives in measuring e-commerce. *Highlevel Seminar on The Digital Economy: A Policy and Statistical Perspective*.
- Pratiwi, F. W., A. Curatman, dan Agustina. 2023. Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian. *Prosiding 8th Management Dynamic Conference Makasar*. Maret 16-17: 786-795.
- Puspita, A. A. M. E., M. A. P. Tratintya, dan I. K. Gede. 2023. Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Experience Terhadap Keputusan Pembelian dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan E-Commerce Shopee di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata* 3(6): 1152-1167.
- Rahmawati, S., dan R. Dermawan. 2023. Pengaruh Live Streaming, Content Marketing, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian

- Pada TikTok Shop di Surabaya. *Journal of Management & Business* 6(1): 337-344.
- Rani, E. M., dan Prijati. 2022. Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shopee. *Jurnal Ilmu Riset dan Manajemen* 11(8):1-21.
- Razali, G., D. Andamisari, dan J. Saputra. 2022. Pengaruh Promosi Diskon Dan Gratis Ongkir Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Multidisiplin Indonesia* 2(3): 482-491.
- Sadrabadi, A. N., M.K. Saraji, dan M.M. Zadeh. 2018. Evaluating the Role Of Brand Ambassadors in Social Media. *Journal of Marketing Management and Consumer Behavior* 2(3): 54-70.
- Sari, V. N. 2019. Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon, dan Iklan Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta*.
- Sauri, S., dan N. Alfinuri. 2023. Pengaruh Ulasan Pelanggan, Penilaian, Gratis Ongkir, Kesadaran Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee. *Adl Islamic Economic* 4(1): 1-18.
- Silaen, S. 2018. Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis. In Media. Bogor.
- Singh, K. 2017. Formulation of Value Proposition for Digital Marketing Strategy in Startups. *National Journal of Multidisciplinary Reaserch and Development* 2(2): 45-52.
- Soehadi, A.W. 2005. *Effective branding: konsep dan aplikasi pengembangan merek yang sehat dan kuat*. PT. Mizan Pusaka. Bandung.
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: 7(1),45-62.
- _____. 2019. *Kepuasan Pelanggan – Konsep, Pengukuran, dan Strategi*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Yanti, R. F., H. Wahyudi, dan Amrullah. 2022. Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Marketplace Blibli di Kota Padang. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* 4. September 2022.