

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, S. N. "Peran Minat Beli dalam Memediasi Hubungan Flash Sale dan Voucher Diskon terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Marketplace Shopee." *ISTIKHLAF: Jurnal Ekonomi, Perbankan dan Manajemen Syariah* 6, no. 2 (2024): 55–72.
- Ajzen, I. "The Theory of Planned Behavior." *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, no. 2 (1991): 179–211.
- Adawiah, S. R., and M. Suhardi. "Pengaruh Brand Awareness dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Parfum Scarlett di Shopee." *CENDEKIA: Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmiah* 3, no. 1 (2026): 199–210.
- Andini, A., R. Ridwan, R. Putri, D. Salwa, I. Idam, and D. Owen. "Strategi Branding dan Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Penjualan Produk pada UMKM Mins di Pasar Digital." *GEMILANG: Jurnal Manajemen dan Akuntansi* 5, no. 3 (2025): 882–888.
- Anggraini, F., and M. A. Ahmadi. "Pengaruh Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan di Kalangan Generasi Z: Literature Review." *Journal of Management and Creative Business* 3, no. 1 (2025): 62–73.
- Arikunto, S. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. 18th ed. Jakarta: Rineka Cipta, 2020.
- Ayuning, S. S., N. Nurprapti, and A. P. Witandra. "Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Impulse Buying Produk pada Aplikasi Shopee Indonesia (Survei pada Mahasiswa Aktif Universitas Sultan Ageng Tirtayasa)." Doctoral dissertation, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, 2019.
- Azizan, N., H. Z. Ismail, A. M. Fadzli, and N. I. M. Ishar. "Strategies to Improve Brand Awareness through Social Media Marketing." *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan* 16, no. 2 (2023).
- Cochran, W. G. *Sampling Techniques*. 3rd ed. New York, NY: John Wiley & Sons, 1977.
- Dwi, S., Mufidhatul U., F. A. Fia, I. Irnawati, N. H. Fina, and P. Didi. "Fenomena Penggunaan E-Commerce terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa." *WISSEN: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora* 2, no. 3 (2024): 335–350.
- Fauziah, Y., F. D. S. Sumantyo, and H. Ali. "Pengaruh Online Consumer Review, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Komunikasi dan Ilmu Sosial* 1, no. 1 (2023): 48–64.
- Gao, F., and J. Chen. "The Role of Discount Vouchers in Market with Customer Valuation Uncertainty." *Production and Operations Management* 24, no. 4 (2015): 665–679.

- Ghozali, I. *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 untuk Penelitian Empiris*. 3rd ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2021.
- Graciafernandy, M. A., and R. N. Almayani. "Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating dan Online Promotion terhadap Keputusan Pembelian Online di Shopee." *POINT: Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 5, no. 1 (2023): 97–106.
- Kotler, P., and G. Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 18th ed. Jakarta: Erlangga, 2019.
- Laeli, R. N., and R. E. Prabowo. "Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating dan Tagline 'Gratis Ongkir' terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee." *SEIKO: Jurnal Manajemen & Bisnis* 5, no. 2 (2022): 306–314.
- Listiawan, A. A., and R. Rusdianto. "Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle, dan Discount Voucher terhadap Impulse Buying (Studi Kasus pada Pengguna E-Commerce Lazada di Surabaya)." *JIIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 7, no. 8 (2024): 8279–8284.
- Manik, C. M., and O. M. Siregar. "Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Starbucks di Kota Medan." *Journal of Social Research* 1, no. 7 (2022): 694–707.
- Martini, L. K. B., E. Sembiring, and F. Paulus. "Customer Online Customer Rating dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian di Toko Modeliafashion pada Marketplace Tokopedia Jakarta." *Journal of Applied Management and Accounting Science* 4, no. 1 (2022): 15–24.
- Martyani, E., and I. Yamalia. "Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Belanja Online (E-Commerce)." *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer* 1, no. 1 (2025): 35–38.
- Maulidya, V. Z., M. Oetarjo, and M. R. Yulianto. "The Influence of Brand Image, E-WOM, and Customer Rating on Purchase Decisions on Shopee E-Commerce." *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 13, no. 2 (2025): 757–766.
- Mubarak, M. F., S. Basalamah, and A. H. Perdana. "Pengaruh Digital Marketing, Brand Image, dan Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z di Kota Makassar." *YUME: Journal of Management* 7, no. 1 (2024): 279–292.
- Nuraini, R., D. A. A. Mubarak, and W. G. Prasetyo. "Pengaruh Brand Awareness dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Produk Sorka Indonesia di Platform E-Commerce Shopee." *Ikraith-Ekonomika* 8, no. 3 (2025): 1489–1503.
- Nurazizah, A., and P. Isyanto. "Pengaruh Voucher Diskon terhadap Keputusan Pembelian Layanan Pesan-Antar Makanan Online di ShopeeFood (Studi

- Kasus pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2022 di Universitas Buana Perjuangan Karawang)." *Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi* 21, no. 10 (2025): 11–20.
- Nurjannah, E., W. N. Yusuf, N. D. Eka, W. Sa, and S. Hasan. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan sebagai Variabel Mediasi terhadap Loyalitas Konsumen pada Caffé Ruang Hati di Sangatta." *MES Management Journal* 5, no. 1 (2026): 303–321.
- Nyimpado, G. D., F. K. Marpaung, M. A. Almusahwir, and F. Ekonomi. "Pengaruh Online Customer Rating, Online Customer Review dan Brand Ambassador terhadap Minat Beli E-Commerce Shopee pada Universitas Prima Indonesia." *Online* 5, no. 2 (2024): 3474–3489.
- Putra, S. E. P., and I. N. Kartini. "Pengaruh Persepsi Harga, Voucher Promo, dan Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Marketplace Shopee pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya." *GEMAH RIPA: Jurnal Bisnis* 5, no. 4 (2025): 398–411.
- Ramadhana, R., and M. F. N. G. Ratumbuang. "Pengaruh Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace." *Prospek* 1, no. 1 (2022): 157–165.
- Riyanjaya, N. A., and S. Andarini. "Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Minat Beli Produk Wardah di Situs Belanja Online Shopee." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3, no. 5 (2022): 927–944.
- Rosmayanti, M. "Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue." *Journal on Education* 5, no. 3 (2023): 8126–8137.
- Rumaidlany, D., S. Mariam, and A. H. Ramli. "Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian pada McDonald's di Palmerah Jakarta Barat." *Jurnal Lentera Bisnis* 11, no. 2 (2022): 102.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2022.
- Sukirman, R., and F. Kumalasari. "Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Marketplace Shopee." *Journal of Trends Economics and Accounting Research* 4, no. 1 (2023): 152–159.
- Supiyandi, A., S. Hastjarjo, and Y. Slamet. "Influence of Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, and Brand Loyalty of Shopee on Consumers' Purchasing Decisions." *CommIT (Communication and Information Technology) Journal* 16, no. 1 (2022): 9–18.
- Suryani, M., N. N. Adawiyah, and E. B. Syahputri. "Pengaruh Harga dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Sociolla

- pada Masa Pandemi Covid-19.” *Formosa Journal of Multidisciplinary Research* 1, no. 1 (2022): 49–74.
- Tjiptono, F., and G. Chandra. *Pemasaran Strategik: Domain, Determinan, Dinamika*. 4th ed. Yogyakarta: Andi, 2020.
- Tritama, H. B., and R. E. Tarigan. “The Effect of Social Media to the Brand Awareness of a Product of a Company.” *CommIT (Communication and Information Technology) Journal* 10, no. 1 (2016): 9–14.
- Tumanggor, J. N. J., R. Sembiring, and H. Saragih. “Pengaruh Harga, Promosi dan Voucher Diskon terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi ShopeeFood.” *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business* 4, no. 2 (2025): 2310–2317.
- Wahyudi, S. “Pengaruh Price Discount terhadap Impulse Buying.” *Valuta* 3, no. 2 (2017): 276–289.
- Wati, R. A., M. R. Basalamah, and R. Rahmawati. “Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya, Viral Marketing, dan Customer Online Review terhadap Keputusan Pembelian Impulsif secara Online di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2018 Universitas Islam Malang).” *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen* 10, no. 13 (2022).
- Wati, R., and A. E. Husein. “Pengaruh Brand Awareness, Brand Association dan Brand Loyalty Shopee terhadap Keputusan Pembelian di Kota Batam.” *Scientia Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 7, no. 2 (2025).
- Wati, R., H. Indrawati, and H. Syabus. “Pengaruh Brand Awareness dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS Universitas Riau).” *JlIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 8, no. 2 (2025): 1455–1463.
- Yuliani, N. K. D., N. W. E. Mitariani, and N. P. C. D. Atmaja. “Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Fashion Dewa Ayu Shop Klungkung.” *EMAS* 2, no. 1 (2021).
- Zusrony, E. *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2021.