

DAFTAR PUSTAKA

- Aang Curatman, Agus Suroso, Refius Pradipta Setyanto. *Program Loyalitas Pelanggan*. Pertama. Yogyakarta: Cv Budi Utama, 2020.
- Ach Nur Fuad. *Aptikom Statistik Berbasis SPSS*. Pertama. Kediri: Lembaga Chakra Brahmanda Lentera, 2021.
- Agussalim. “Pengaruh Rating Konsumen Dan Sistem Pembayaran Cod (Cash On Delivery) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Shopee (Study Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2017),” 2022.
- Agus Supriyanto and Kharis Fadlullah Hana, “Strategi Pengembangan Desa Digital Untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM,” *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 8, no. 2 (2020): 199,
- Ahmad, Fayez, and Francisco Guzmán. “Consumer Skepticism about Online Reviews and Their Decision-Making Process: The Role of Review Self-Efficacy and Regulatory Focus.” *Journal of Consumer Marketing* 38, no. 5 (2021)
- Anjum, Safia, and Junwu Chai. “Drivers of Cash-on-Delivery Method of Payment in E-Commerce Shopping: Evidence From Pakistan.” *SAGE Open* 10, no. 3 (2020).
- Anwar, Chairul. *Teori-Teori Pendidikan Klasik Hingga Kontemporer*. Edited by Yanuar Arifin. Pertama. Yogyakarta: IRCiSoD, 2017.
- Ardianti, Asri Nugrahani, and M.AB Widiartanto. “Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee .” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2019, 1–11.
- Arianty, N. “Pengaruh Promosi Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian.” *Kumpulan Jurnal Dosen UMSU* 4, no. 2 (2016): 76–87.
- Armiani, A. “E-Commerce Berbasis Cash On Delivery Guna Meningkatkan Omset Penjualan Produk UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19.” 6, no. 1 (2022).
- Astuti, Niken Puji, and Ihwan Susila. “Influence Analysis of Customer Ratings Reviews Online, Free Shipping Promotion and Discount Promotion on Purchasing Decisions in E-Commerce.” *Proceedings of the International Conference on Economics and Business Studies (ICOEBS 2022)* 655, no. Icoebs (2022): 38–46.
- Auliya, Z. F., Umam, M. R. K., & Prastiwi, S. K. “Online Costumer Reviews (OTRs) Dan Rating: Kekuatan Baru Pada Pemasaran

- Online Di Indonesia.” *EBBANK* 8, no. 1 (2017): 89–98.
- Azizah, Maratul. “Simba Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi 4 Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA) 4,” no. September 2022 (2022).
- Azuar Juliandi dkk. *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep & Aplikasi*. Edited by Fahrizal Zulkarnain. Pertama. Medan: UMSU PRESS, 2014.
- Bambang Sugeng. *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)*. Pertama. Cv Budi Utama, 2020.
- Bargh, John A., and Katelyn Y.A. McKenna. “The Internet and Social Life.” *Annual Review of Psychology* 55 (2004): 573–90.
- Barkatullah A. H. *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Lintas Negara Di Indonesia*. Yogyakarta: Press Pascasarjana UI., 2009.
- Bickart, B. And Schindler, RM. “Internet Forums as Influential Sources of Consumer Information.” *Journal of Interactive Marketing* 15, no. 3 (2021).
- Bungi, Burhan. *Penelitian Kuantitatif, Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Politik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Pertama. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005.
- Dellarocas, C. “The Digitization of Word of Mouth: Promise and Challenges of Online Feedback Mechanisms.” *Management Science* 49, no. 10 (2003).
- Didik Gunawan, Aiga Dwi Pratiwi, Yeni Arifah. *Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing*. Edited by Nursaimatussaddiyah. Peratama. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional, 2022.
- Duwi Priyatno. *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa Dan Umum*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2018.
- Engler, T. H., Winter, P., & Schulz, M. “Understanding Online Product Rating: A Customer Satisfaction Model.” *Journal of Retailing and Consumer Service*, 2015.
- F.Hill, Windfred. *Theories Of Learning: Pembentukan Teori Formal Menurut Hull*. Edited by Agung Prihatmoko. Pertama. Nusamedia, 2021.
- Febia Nisaul Chamsa. “Analisis Hukum Islam Terhadap Cashback Di Shopee.” *Jurnal Inovasi Penelitian* 2, no. 12 (2022).
- Filieri, R. “What Makes Online Reviews Helpful? A Diagnosticity-Adoption Framework to Explain Informational and Normative Influences in e-WOM.” *Journal of Business Research* 68, no. 6 (2014).
- Hafni, Syafrida Sahir. *Metodologi Penelitian*. Edited by Try Koryati.

- Pertama. Jogjakarta: KBM Indonesia, 2021.
- Handriyani, Dwi. "Belajar Menyikapi Informasi Terkini Di Dunia Maya." yoursay.id, n.d.
<https://yoursay.suara.com/kolom/2022/10/02/150058/netiket-belajar-menyikapi-informasi-terkini-di-dunia-maya>.
- Hariyana, Nanik, Nuruni Ika Kusuma Wardani, and Nabilah Amani Salsabila. "Discounts and Promotions On Purchase Decision." *International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Science* 2, no. 2 (2021): 63–70.
- Haryanti, Tuti. "Itikad Baik Dalam Perjanjian Jual Beli Dengan Metode Pembayaran Cash on Delivery." *Jurnal Ilmiah Penegakan Hukum* 8, no. 2 (2021): 113–20.
- Hendrie Anto. *Pengantar Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Ekonisa, 2003.
- Heni Puji Lestari, Kusni Hidayati, Ali rasyidi. "Analisis Peranan Cashback Dalam Upaya Meningkatkan Efektivitas Pengendalian Umur Piutang Pada Cv. Master Mat Surabaya." *Jurnal Equity* 2, no. 3 (2016): 400.
- Hidayati, Nurtriana, Prind Triajeng Pungkasanti, and Nur Wakhidah. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Digital Marketing Umkm Di Kecamatan Tembalang Semarang." *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2020.
- Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. 9th ed. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis UNDIP, 2018.
- Istiani, Nurul, and Athoillah Islamy. "Fikih Media Sosial Di Indonesia." *Asy Syar'iyah: Jurnal Ilmu Syari'Ah Dan Perbankan Islam* 5, no. 2 (2020): 202–25.
- Ita rahmawati, Lailatus Sa'adah. *Faktor Diskon, Bonus Pack Dan In Store Display Serta Pengaruhnya Terhadap Pembelan Impulsif*. Pertama. Jombang: LPPM Universitas KH.A. Wahab Hasbullah, 2020.
- Jubilee Enterprise. *24 Jam Punya Blog Dan Toko Online Pakai Wordpress*. Pertama. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2015.
- Julianti, Winda. *Banjir Diskon With Groupon " The Amazing Deals."* Pertama. Elex Media Komputindo, 2014.
- Kotler, P., & Keller, K. L. *Marketing Management*. 12th ed. Harlow: Pearson Education., 2012.
- Kotler, P. dan Amstrong, G. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. 12th ed. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. *Marketing Management*. Edited by Bob Sabran. 13th ed. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Lackermair, G., Kailer, D. & Kanmaz, K. "Importance of Online Product

- Reviews from a Consumer ' s Perspective.” 2013, n.d.
- Lapian, Malonda Deisy Joyce, and Yunita Mandagie. “Analisis Citra Merek, Harga Produk Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Seluruh Gerai À Gerai Seluler Di It Center Manado.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 6, no. 4 (2018): 2288–97.
- Latief, Fitriani, and Nirwana Ayustira. “Pengaruh Online Costumer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla.” *Jurnal Mirai Managemnt* 6, no. 1 (2020): 139–54.
- Lukman Waluyo dkk. *Pengantar Komunikasi Pemasaran Digital*. Pertama. Malang: Madza Media, 2021.
- M. Ichsan, H. M. Jumhur, M. Hum, and S. Dharmoputra. “Engaruh Consumer Online Rating and Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia Di Wilayah Dki Jakarta Effect of Consumer Online Rating and Review To Buying.” *E-Proceeding Manag.* 5, no. 2 (2021).
- Machfoedz, Mahmud. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu, 2010.
- Megasari Gusandra Saragih dkk. *Metode Penelitian Kuantitatif Dasar-Dasar Memulai Penelitian*. Pertama. Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Melati, Riska Sari, and Renny Dwijayanti. “Pengaruh Harga Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Surabaya).” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 8, no. 2 (2020): 882–88.
- Misbahuddin, Iqbal Hasan. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Kedua. Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2022.
- Mo, Z., Li, Y., & Fan, P. “Effect of Online Reviews on Consumer Purchase Behavior.” *Journal of Service Science and Management*, 2015.
- Moh.Mufid. *Fikih Untuk Milineal*. Pertama. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2021.
- Morissan. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa Ed Revisi*. Revisi. Jakarta: Prenada Media, 2021.
- Mukhtazar. *Prosedur Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Absolute Media, 2020.
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT. Remajarosdakarya, 2005.
- Mulyapati, R & Agasia, W. “Perancangan Startup Bayarape.Com

- Payment Point Dengan Metode Pembayaran COD,” 2019.
- Mushaf Al Quran Terjemah. *Mushaf Al Quran Terjemah*. Depok: Al Huda, 2005.
- Nasution, Umi Amalia, Elvina Harahap, and Mulya Rafika. “Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Dan Sistem Pembayaran COD Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa FEB-ULB).” *Journal of Business and Economics Research (JBE)* 3, no. 2 (2022): 58–63..
- Nikolaus Duli. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Cv Budi Utama, 2019.
- Novirsari, Emma. “Pengaruh Diskon Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pt . Himalaya Drug Company.” *Manajemen, STIE TRICOM* 12, no. 2 (2019): 101–11.
- Novitasari, and Asep Maulana. “Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia.” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 8, no. 14 (2022): 252–56.
- Nurahmah, Arfatin. *Pengantar Statistika 1*. Edited by Suci Haryanti. Media Sains Indonesia, 2021.
- Of, Journal, Management Small, and Medium Entreprises. “Sari and Susanti/ JOURNAL OF MANAGEMENT Small and Medium Entreprises (SME’s), Vol 15, No. 1, March 2022, P71-87” 15, no. 1 (2022): 71–87.
- Olivia, Desita, and Nik Amah. “Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi I.” *Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi I 14 Agustus 2019*, no. 2010 (2019): 442–53.
- “Panduan Komunitas TikTok,” n.d. <https://www.tiktok.com/community-guidelines?lang=id>.
- Pemerintahan Kabupaten Kudus. “Profil Kabupaten Kudus,” n.d.
- Pham, Cuong Hung. “Influence of Online Reviews on Consumer Purchase Behavior: A Case of Vietnam.” *Independent Journal of Management & Production* 13, no. 4 (2022): s368–80.
- Pratama, Fidy Arie, Riri Narasati, and Dita Rizki Amalia. “Kopertip: Jurnal Ilmiah Manajemen Informatika Dan Komputer Pengaruh Kata Cashback Terhadap Peningkatan Penjualan Menggunakan Data Mining” 3, no. 2 (2019): 1–5.
- Pratama, Wahyu Cahyo, Wiliardi Lexi Ley-Ley, and Vicky F Sanjaya. “Pengaruh Promosi Big Sale Dan Gratis Ongkos Kirim Shopee Terhadap Minat Beli Anak Muda Di Kabupaten Tanggamus.” *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi* 3, no. 1 (2021): 1–9.
- Priyono. *Analisis Regresi Dan Korelasi Untuk Penelitian Survei*

- (*Panduan Praktis Olah Data Dan Interpretasi: D. Guepedia*, 2021).
- Raden Andi Sularso dkk. *Statistika Ekonomi Dan Bisnis (Teori Dan Aplikasi)*. Pertama. Sidoarjo: Zifatama, 2017.
- Rahmawati. *Apa Saja Variabel Penelitian Dalam Bidang Marketing ??? (Panduan Bagi Peneliti Pemula)*. Pertama. Sleman: Mulawarman University Press, 2022.
- Riadi, Muchlisin. “Keputusan Pembelian (Pengertian, Dimensi, Jenis Dan Proses Tahapan).” *30 Mei 2020*, 2020.
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset, 2013.
- Schiffman dan Kanuk. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks, n.d.
- Sholihat, Apriwati. “Bab 2 Teori Keputusan Pembelian Dan Indikator Def Operasional.” *Journal of Chemical Information and Modeling* 5, no. 1 (2018): 1–15.
- Sri Wahyuni. *Kinerja Sharia Conformity And Profitability Index Dan Faktor Determinan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020.
- Stanley Lameshow Dkk. *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1997.
- Sudarmanto, Eko. *Desain Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif*. Edited by Janner Simarmata. Pertama. Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Supriyanto, Agus, and Kharis Fadlullah Hana. “Strategi Pengembangan Desa Digital Untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM.” *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 8, no. 2 (2020): 199.
- Suryani. *Customer Relationship Management (Crm) Dalam Riset Pemasaran*. Tangerang Selatan: Pascal Books, 2022.
- Sutessia, Kristina Junita. “Pengaruh Free Gift, Cash Back, Dan Reward Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Pada Perusahaan Leasing (Studi Kasus PT. Wahana Ottomitra Multiartha Tbk).” *EMaBi: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis* 1, no. 2 (2022): 242–51.
- Swarjana, I Ketut. *Populasi-Sampel Teknik Sampling & Bias Dalam Penelitian*. Yogyakarta: Cv Andi Offset, 2022.
- Syah, Muhammad Ariq, and Farida Indriani. “Analisis Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk

- Kosmetik (Studi Kasus Pada Pengguna Famaledaily Indonesia).” *Diponegoro Journal of Management* 9, no. 3 (2020): 1–9. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.
- Tasnim Tasnim, Andrian Sudarso, Martono Agustin. *Komunikasi Pemasaran*. Edited by Ronal Watrianthos Janner Simarmata. Pertama. Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Thakur, R. “Customer Engagement and Online Reviews.” *Journal of Retailing and Consumer Services*, 2018.
- TikTok. “Sejarah TikTok,” n.d. <https://www.tiktok.com/id-ID>.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media Publishing, 2007.
- Tulung, Joy E, E P Ratu, and J E Tulung. “E . P . Ratu , J . E . Tulung The Impact Of Digital Marketing , Sales Promotion , And Electronic Word Of Mouth On Customer Purchase Intention At Tiktok Shop Dampak Pemasaran Digital , Promosi Penjualan , Dan Electronic Word Of Jurnal EMBA Vol . 10 No . 4 ” 10, no. 4 (2022): 149–58.
- Vishwakarma, Pankaj, Srabanti Mukherjee, and Biplab Datta. “Impact of Cashback Usage Restriction Exemption on Travel Booking: A Goal-Directed Approach.” *Tourism Recreation Research* 45, no. 2 (2020): 218–30.
- Wang, Xiaopan, Junpeng Guo, Yi Wu, and Na Liu. “Emotion as Signal of Product Quality: Its Effect on Purchase Decision Based on Online Customer Reviews.” *Internet Research* 30, no. 2 (2020): 463–85. <https://doi.org/10.1108/INTR-09-2018-0415>.
- Wardana. *Pengantar Aplikasi SPSS Versi 20*. Baubau: LPPM Universitas Muhammadiyah Buton Press, 2022.
- Wicaksono, Rizky Rahadian, Gading Wilda Aniriani, and Mimatun Nasihah. “Penggunaan Stimulus Response Theory Dalam Sosialisasi Budaya Kesehatan Dan Keselamatan Kerja Di Perusahaan.” *Jurnal Enviscience* 1, no. 1 (2017): 7.
- Winarno, Sigit dan Ismaya, Sujana. *Kamus Besar Ekonomi*. Bandung: CV Pustaka Grafika, 2003.
- Wiryanto. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pertama. Grasindo, 2004.
- Yoana Putri, Marista, and Fathorrahman Fathorrahman. “Pengaruh Patronage Buying Motives Dan Promosi Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee.” *Distribusi - Journal of Management and Business* 10, no. 1 (2022): 105–16.
- Zaid, Zaid. *Ekuitas Merek Dan Advokasi Pelanggan Melalui Strategi Gamifikasi Dan Kualitas Pelayanan*. Edited by Saeful Anam. Pertama. Yogyakarta: Academia Publication, 2021.

Zainuddin S. dan Cahya, N. “Pengaruh Promo Penjualan Dan Cashback Terhadap Minat Beli Kendaraan” 2, no. 2 (n.d.): 1–19.

Zhu, F. “Impact of Online Consumer Reviews on Sales: The Moderating Role of Product and Consumer.” *Journal of Marketing*, 2010.

