

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francus Tantri (2012). “Manajemen Pemasaran”. PT.Raja Grafindo Persada. Depok.
- Assauri Arbaini, Pratiwi dan Wahab, Zakaria. Pengaruh Consumer Online Rating dan Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace Tokopedia. Jurnal Bisnis dan Manajemen. Vol. 7.No 1, 2020. Hlm.25-33.
- Assauri, Sofjan.2004.Manajemen Pemasaran.Jakarta:Rajawali Press.
- Assauri, Sofjan.2013.Manajemen Pemasaran. PT.Raja Grafindo Persada.Jakarta.
- APJII.2021. Diakses pada tanggal 28 Desember 2021 <https://www.apjii.or.id/survei2021>
- Ardianti, Asri N dan Widiartanto. Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian melalui marketplace Shopee. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis. Vol 8 (2).2019.
- Farah, Fahira R dan Krishna, Kusumahdi. Pengaruh Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Pada Beauty E-Commerece Sociolla. E-proceeding of Management. Vol 8. No 6.2021.
- Gugum, Gumilang dan Apriyanti S, Pardosi. Pengaruh Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Blibli.com). Jurnal Bisnis dan Manajemen. Vol. 10. No 1. 2020
- Ghozali, I. (2011). *Structural Equation Modeling dengan Partial Least Squares*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). Principles of Marketing (16th Edition ed.) Pearson
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Marketing Management (14th Edition ed.) Pearson
- Kotler, Amstrong. 2012. Manajemen Pemasaran, Edisi kedua. Jakarta:Salemba Empat.
- Prof. Dr. Basu Swastha Dharmmesta & Dr. T. Hani Handoko, MBA.2016. Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE.

- Schepers, M. (2015). The Impact of Online Customer Reviews Factor on The Dutch Consumer Buying Decision.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Utami, Christina Whidya. 2010. Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Indonesia. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Website Databoks, pada laman “Pengguna Internet Indonesia Peringkat Ke-3 Terbanyak di Asia” <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/> diakses 31 Januari 2022.
- Website Databoks, pada laman “Rata-rata Pengunjung Web Bulanan Shopee” <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/> diakses 31 Januari 2022.
- Website Yoursay, pada laman “Strategi Shopee dalam Menarik Perhatian Pelanggan” <https://yoursay.suara.com/> diakses 27 April 2022.
- Website Shopee, pada laman “Tentang Shopee” <https://careers.shopee.co.id/about> diakses 25 Mei 2022.

LAMPIRAN**Kuisisioner**

Kepada Yth,

Dalam rangka menyelesaikan penelitian tugas akhir program Strata Satu (S1) Jurusan Manajemen pada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, peneliti bermaksud mengadakan penelitian mengenai “Pengaruh *Sales Promotion* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee”.

Saya mohon kesediaan saudara/i meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner ini dengan lengkap dan sesuai dengan apa yang saudara/i lakukan, dan alami dengan kenyataan sebenar-benarnya pada seluruh pertanyaan maupun pernyataan dalam kuisisioner ini. Semua jawaban dan identitas saudara/i yang bersifat privasi akan saya simpan dengan baik.

Akhir kata saya ucapkan terima kasih atas kesediaan saudara/i yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner ini.

Peneliti,

Rr. Adira Mafaza