

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, F. (2024). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Pada Produk Kosmetik Barenbliss. *Jurnal Mahasiswa Teknik Industri*, 7(2).
- Abaharis, H., Yusra, S. S., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Kbp, ". (2022). *PENGARUH PRODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION DAN SELEBGRAM TERHADAP KEPUTUSAN BERBELANJA ONLINE PRODUK FASHION DI APLIKASI SHOPEE (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Padang)*.
- Adi Ahdiat. (2024). *Jumlah Pengguna E-Commerce di Indonesia*. Databoks.Katadata.Co.Id.
- Adilla, F. A. (2021). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER*.
- Agustina, S. A., & Transistari, R. (2023). The Effect of Online Customer Reviews, Online Customer Ratings, and Influencers on Purchase Decisions. *Telaah Bisnis*, 24(1), 83–92.
- Ananda, P. D. V, Yasa, N. N. K., Ekawati, N. W., & Warmika, I. G. K. (2023). Online Customer Review, Online Customer Rating, and Payment Guarantee Influence on Purchase Intention. *Jurnal Ekonomi & Bisnis JAGADITHA*, 10(2), 125–133.
- Anggana Widigda, A., Citaningtyas, D., & Kadi, A. (2023). Peran Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Mineral Aqua Di Madiun (Studi Kasus Di Agen Aqua Lia Madiun). *SIMBA : Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 5(0). <https://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/view/5051>
- Anggraini, M., & Simanjorang, F. (2023). CONTENT: JOURNAL OF COMMUNICATION STUDIES Efektivitas Online Customer Review Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada TikTok Shop di Kota Medan. *Content: Journal of Communication Studies*, 01(02), 10–20. <https://doi.org/10.26594/register.v6i1.idarticle>
- APJII. (2023). *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia - Survei*. APJII. <https://survei.apjii.or.id/>
- Arianto, N., Sabta, D., & Difa, A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada PT Nirwana Gemilang Property. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 3(2), 108–119.
- Ayu Agustina, S., Transistari, R., & Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta, S. (2023). The Effect of Online Customer Reviews, Online Customer Ratings, and Influencers on Purchase Decisions. *Telaah Bisnis*, 24(1), 83–92. <https://doi.org/10.35917/TB.V24I1.398>
- Bimantara. (2021). *Peranan Media Sosial dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Rekaman di Demores Rumah Musik*. 13(1). <http://dx.doi.org/1>
- Cindy Mutia Annur. (2024). *10 Faktor Utama Pendorong Belanja Online di Indonesia*. Databoks.Katadata.Co.Id.
- Datiar Nyimpado, G., Krisna Marpaung, F., Agung Almusahwir, M., Nurhidayah, A., Amanda Sihalohe, E., Meliza, J., Studi Manajemen, P., Ekonomi, F., Prima Indonesia, U., & Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan, S. (2024). Pengaruh Online Customer Rating, Online Customer Review dan Brand Ambassador Terhadap Minat Belu E-Commerce Shopee Pada Universitas Prima Indonesia. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 5, Issue 2). <http://journal.yrpiipku.com/index.php/msej>

- Dewi, N. N. K. (2023). *PENGARUH IKLAN, KEPERCAYAAN MEREK DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI PRODUK AQUA (STUDI KASUS DI KOTA DENPASAR)*. Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- Fauzi, A., Fikri, A. W. N., Nitami, A. D., Firmansyah, A., Lestari, F. A., Widyananta, R. Y., Rahmah, T. S. N., & Pradana, T. W. (2022). Peran Komunikasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dalam Organisasi Di PT. Multi Daya Bangun Mandiri (Literature Review MSDM). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(6), 588–598.
- Firdaus, M., Aisyah, S., & Farida, E. (2023). Pengaruh customer review, customer rating, dan celebrity endorser terhadap minat beli melalui kepercayaan di online shop Shopee. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 67–83.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro.
- Gusnaini, & Husda, E. (2024). *PENGARUH CUSTOER REVIEW, CUSTOMER RATING DAN PROMOSI GRATIS ONGKOS KIRIM TERHADAP KEPUTUSAN*. <https://iprice.co.id>
- Hyland, K. (2021). An Overview of Writing. *Teaching and Researching Writing*, 17–45. <https://doi.org/10.4324/9781315717203-8/OVERVIEW-WRITING-KEN-HYLAND>
- Jessica. (n.d.-a). *Pengaruh Online customer review Dan Online Customer Rating Terhadap Purchase Intention Pada E-Commerce Tiket.Com*.
- Jessica, J. (n.d.-b). *Pengaruh Online customer review dan Online Customer Rating terhadap Purchase Intention pada e-Commerce Tiket.com / Jessica / 24180466 / Pembimbing : Rita Eka Setianingsih*.
- Jessica, J. (2022). *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Purchase Intention pada e-Commerce Tiket.com / Jessica / 24180466 / Pembimbing : Rita Eka Setianingsih*.
- Kadek, L., Martini, B., Sembiring, E., & Paulus, D. F. (2022). *Customer Online Customer Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Modeliafashion Pada Marketplace Tokopedia Jakarta*. 4(1), 15–24. <http://jamas.triatmamulya.ac.id/>
- Keshya, H., Pujinata, R., Tommy, C., & Efrata, S. E. (2023). PENGARUH E-WOM, CONTENT MARKETING, DAN CONSUMER INNOVATIVENESS TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINCARE DI INDONESIA. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 8(6), 656–672.
- Komariyah, D. I. (2022). Pengaruh Online Customer Riview dan Rating Terhadap Minat Pembelian Online Shopee (Studi Kasus Pada Santri Putri Pondok Pesantren Salafiyah Syafi'iyah Seblak Jombang). *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 4(2), 343–358.
- Komariyah, I., & Istiono, I. (2024). PENGARUH LIVE STREAMING, CELEBRITY ENDORSER, DAN CUSTOMER TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION DI MARKETPLACE (STUDI PADA MAHASISWA EKONOMI DAN BISNIS UNIVERISTAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA). *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 4(3), 19–38.
- Kurniawan, A., & Artikel, I. (2024). Pengaruh Penggunaan Influencer Marketing Dan Video Marketing Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen. *Holistik Analisis Nexus*, 1(7), 146–154. <https://doi.org/10.62504/0BYS9777>
- Limantoro, V. (2023). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE*

CUSTOMER RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE PADA E-COMMERCE SHOPEE.

- Mahliza, F. (2020). Consumer trust in online purchase decision. *EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR)*, 6(2), 142–149.
- Manulang, D. L., Hermawan, N. S. A., & Novariana, N. (2023). Hubungan Pemberian Tablet Tambah Darah dengan Penurunan Kasus Anemia pada Ibu Hamil di Puskesmas Branti Raya Natar Kabupaten Lampung Selatan. *Jurnal Kesehatan Tambusai*, 4(4), 6112–6119.
- Mawa, S. F., & Cahyadi, I. F. (2021). Pengaruh Harga, Online Customer Review dan Rating Terhadap Minat Beli di Lazada. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 9(2), 253–278.
- Mbete, G. S., & Tanamal, R. (2020). Effect of easiness, service quality, price, trust of quality of information, and brand image of consumer purchase decision on shopee online purchase. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*, 5(2), 100–110.
- Meirichi, R. A., & Prastiwi, S. K. (2023). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, ONLINE CUSTOMER RATING, DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK@ BATAOFFICIALSTORE TIKTOK SHOP DI SURAKARTA*. UIN Surakarta.
- Naomi, I. P., & Ardhiyansyah, A. (n.d.). Effect of Online Customer Review, Online Customer Rating, Online Trust, and Price on Interest to Buy Marketplace in Indonesia. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 21(3), 195–211.
- Navitha Sulthana, A., & Vasantha, S. (2023a). Effect of Online Review Rating on Purchase Intention. *Artificial Intelligence for Societal Issues*, 127–140.
- Navitha Sulthana, A., & Vasantha, S. (2023b). Effect of Online Review Rating on Purchase Intention. In *Intelligent Systems Reference Library* (Vol. 231, pp. 127–140). Springer Science and Business Media Deutschland GmbH. https://doi.org/10.1007/978-3-031-12419-8_7
- Niswaningtyas, R. A., & Hadi, M. (2022). PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN GRATIS ONGKIR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PLATFORM ECOMMERCE SHOPEE PADA PENGGUNA APLIKASI SHOPEE. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 8(2), 175–180.
- Nugroho, I. D., & Sarah, S. (2021). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Konsumen Busana Muslim Merek MaliQa)*. <https://jurnal.inaba.ac.id/>
- Nurhayati, L., & Nurlinda, R. A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Customer Online Review Pada Minat Beli Melalui Customer Trust Di Tokopedia. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(10), 3697–3705.
- Priangga, I., Munawar, F., & Widyatama, U. (2021). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MARKETPLACE LAZADA (STUDI PADA MAHASISWA DI KOTA BANDUNG)* (Vol. 19, Issue 2).
- Purbobastuti, A. W., & Hidayah, A. A. (2020). AMENINGKATKAN MINAT BELI PRODUK SHOPEE MELALUI CELEBRITY ENDORSER. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 37–46. <https://doi.org/https://doi.org/10.24123/JBT.V4I1.2480>
- Purwanto, P., Aini, Y., Hidayat, H., Arrafiqurrahman, A., & Afrizal, A. (2023). The effect of online customer review and online customer rating on the trust and interest of consumer purchases. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan*

- Indonesia*), 9(2), 993–998.
- Putri, A. R., & Lestari, W. D. (2022). SHOPEE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA) Oleh. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1).
- Putry, W. E., Afandi, Y., Pemasaran, M., & Malang, P. N. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Study Pada Konsumen Scarlett Whitening). *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 8(2), 187–192. <https://doi.org/10.33795/JAB.V8I2.444>
- Qiu, K., & Zhang, L. (2024). How online reviews affect purchase intention: A meta-analysis across contextual and cultural factors. *Data and Information Management*, 8(2), 100058.
- Rahmawati, A. I. (2021). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas Pgri Semarang). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Ekonomi Kreatif*, 1(1), 18–23.
- Rahmawati, S. (2023). *Online Customer Review (OCRs) DAN RATING: STUDI KASUS PEMBELIAN KOSMETIK DI SHOPEE*.
- Rahmayanti, F., Ruliyana, R., & Artikel, I. (n.d.). Pengaruh E-Commerce terhadap Perilaku Konsumen. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 4(1), 1299–1303. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>
- Rauzi, Z., Rachmawati, N., & Maritim Raja Ali Haji, U. (2023). FASHION WEEK REMAJA DI KOTA BATAM. In *Jurnal Sosio-Komunika* (Vol. 2, Issue 1).
- Risya Faridah, N., Nur Afifah, E., & Lailiyah, S. (2022). *Efektivitas Model Pembelajaran Project Based Learning Terhadap Kemampuan Literasi Numerasi Dan Literasi Digital Peserta Didik Madrasah Ibtidaiyah*. 6(1). <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i1.2030>
- Salsabela, R. I. (2023). *Economics and Digital Business Review*. 4, 329–341.
- salsabilla, N., & Handayani, T. (2023). *Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Di Sosial Media Tiktok*. 7(2), 2023.
- Salsabilla, N., & Handayani, T. (2023). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Di Sosial Media Tiktok. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 1759–1769.
- Sugiyono. (2019a). *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019b). *Metode penelitian pendidikan (kuantitatif, kualitatif, kombinasi, R&D dan penelitian pendidikan)*. Metode Penelitian Pendidikan.
- Sutanto, M. A., & Aprianingsih, A. (n.d.). *The Effect Of Online Consumer Review Toward Purchase Intention: A Study In Premium Cosmetic In Indonesia*. www.frobes.com
- Syamsul, T. D., Kes, N. M., Amzana, N., Pd, M., Alhasbi, F., Kom, S. I., Kom, M. I., Ayu, J. D., Yulianto, A., & Naryati, N. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF: TEORI DAN PENERAPANNYA*. Tahta Media Grup.
- Syarifah, E., & Karyaningsih, K. (2021). Pengaruh Online Customer Review dan Kepercayaan terhadap Minat Beli pada Marketplace Lazada. *YUME: Journal of Management*, 4(1).
- Teuku Umar, J., Baja, L., Batam-Indonesia, K., Kepercayaan, P., Tarik Dan Privasi, D., & Yanto Waoma, C. (2024). Pengaruh Kepercayaan, Daya Tarik Dan Privasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Cardinal Lucky Star Batam. *Postgraduate Management Journal*, 4(1), 195–203. <https://doi.org/https://doi.org/10.36352/PMJ.V4I1.858>
- Tinggi, S., Ekonomi, I., Sibolga, A.-W., & Syahputri, N. M. (2023). Faktor-Faktor

- yang Mempengaruhi Minat Beli Terhadap Thrif Shopping di Kalangan Mahasiswa UINSU. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 282–296. <https://doi.org/10.36778/JESYA.V6I1.922>
- Utami, R. A. (2023). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Label Harga terhadap keputusan pembelian mixue di Kota Bogor.*
- Widiarti, A. (2019). *PENGARUH REVIEWS ONLINE TERHADAP MINAT BELI PADA APLIKASI SHOPEE.CO.ID MELALUI KEBUTUHAN KOGNISI (SURVEY PADA SEKOLAH MENENGAN KEJURUAN GAMA TANGGERANG).*
- Widiati, A., & Pratiwi, D. (2022). The Influence of Customer Reviews and Ratings, Service Quality, and Prices on Consumer Buying Interest in the Shopee Online Market for Students in Pontianak City. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2).
- Witaloca Purba, C., & Heryenzus. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Di Shopee Pada Karyawan Di Kota Batam. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 316–327. <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/JESYA.V6I1.879>
- Yudita, M. A., & Sugiyono, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(10).
- Zulawati Zed, E., Zahra Bilqis, M., Ienita Purnama, M., Wulandari, R., & Aladawiyah, R. (2023). *Copyright @ Pengaruh Media Sosial Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Online Fast Fashion.*