

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Kacaribu, A. H. (2020). *Pengantar Ilmu Administrasi*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Mulyapradana, A. (2021). *Digital Marketing Concepts and Strategi for online Success*. Yogyakarta: Diandara Kreatif.
- Mardhatilah, m. (2024). *Pengantar Ilmu Administrasi Publik*. Sumatera barat: CV. Gita Lentera.
- Nathaniel, R. (2020). *Pengantar Bisnis*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Nugroho, A. S., & Haritanto, W. (2022). *Metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan statistika:(Teori, Implementasi & Praktik dengan SPSS)*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Pertiwi, M. (2024). *Digital Marketing Untuk Pemula cara cerdas meningkatkan bisnis online*. yogyakarta: DIVA Press.
- Priansa, D. J. (2021). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: ALFABETA, CV.
- Ramdan, A. M. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV HAURA UTAMA.
- Raymond. (2024). *Pengantar Administrasi Bisnis*. Padang: CV. Gita Lentera.
- Sohilait, E. (2020). *Metodologi Pendidikan Matematika*. Bandung: CV. Cakra.
- Sugiyono. (2021). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: ALFABETA, CV.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&d*. Bandung : ALFABETA, CV.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&d*. Bandung : ALFABETA.
- Tonce, y. (2022). *Minat Dan Keputusan Pembelian Tinjauan melalui Resepsi Harga Dan Kualitas Produk*. Indramayu: CV. Adanu Abimata.

JURNAL

- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31-42.
- Hanifah, R. N. (2023). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian. *Public Service And Governance Journal*.

Sugiarti, i. & Iskandar, R. (2021). Pengaruh Consumer Review Terhadap Keputusan Pembeli Terhadap Toko Online Shopee. *Jurnal Sosial dan Teknologi (SOSTECH)*, 956 dan 959.

Wulandari, H. P. & Subandiyah, A. E. (2022). Pengaruh Ulasan Produk, Harga Dan Pembayaran Non Tunai (Shopee paylater) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Market Place Shopee di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis Manajemen dan Akuntansi*.

SKRIPSI

Saputri, H. P. (2022). PENGARUH ULASAN PELANGGAN ONLINE DAN RATING.

Siregar, M. T. (2024). Pengaruh Viral Marketing, Online Customer Review, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Mixue Ice Cream & Tea.

INTERNET

GoodStats. (2021). *Data Gerai Bubble Tea di Asia Tenggara Berdasarkan Perusahaan*. Retrieved from : <https://goodstats.id> Diakses pada 19 Desember 2024 (10.30)

WebAppick. (2024). *Growth in eCommerce - A Complete Analytics*. Penulis: Md. Iftekhar Ul Islam. Retrieved from [https://webappick-com.translate.google/growth-in-ecommerce-complete-analytics/?x_tr_sl=en&x_tr_tl=id&x_tr_hl=id&x_tr_pto=sge].Diakses pada 19 Desember 2024 (10.30)