

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, R. F., & Pramesti, A. N. (2024). Seminar Nasional Amikom Surakarta (SEMNAS) 2024 Dampak *Rating* Dan Ulasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce. *Semnasa*.
- Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Aisyah, S. N., & Rosyidi, S. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, *Customer Review*, *Customer Rating* Dan Promosi Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee. *Jurnal Kompetitif*, 12, 48–60.
- Aji, M., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. (2023). The Influence Of *Online Customer Review* And *Customer Rating* On Interest In Buying Fashion Products On The Shopee Platform (Study On Management Students At University Buana Perjuangan Karawang) Pengaruh *Online Customer Review* Dan *Customer Rating* Terhadap M. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 9373–9392. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Almayani, R. N., & Graciafernandy, M. A. (2023). Pengaruh *Online Customer Review*, *Online Customer Rating* dan *Online Promotion* Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Di Shopee. *Ekonomi Dan Manajemen*5, 5.
- Antonia, M., & Alexander. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan *Online Customer Review* Terhadap Minat Beli Marketplace Blibli (Studi Kasus Pada Pelanggan di Kota Tangerang). In *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 2, Issue 2).
- Ariyanto, A., Bangun, R., Rifqi, M., Indillah, M., Ferlina, A., Trenggana, M., Sholihah, R., Ariyanti, M., Widiati, E., Irawan, P., Ratih, S. D., Suryanti Ismail, R., Putra, S., Mulia Utama, A., Syahputra, J., & Budiman, B. (2023). *Manajemen Pemasaran* (U. Saripudin (ed.)). Widina Bhakti Persada Bandung.

www.freepik.com

Asari, A., Nababan, D., Amane, A. P. O., Kusbandiyah, J., Lestari, N. C., Hertati, L., Maswar, Farlina, B. F., Pandowo, A., Purba, M. L., Zulkarnaini, & Ainun, A. N. A. (2023). *Dasar Penelitian Kuantitatif* (A. Asari (ed.)). Lakeisha.

Asih, E. M. (2024). Analisis pada Shopee sebagai E-Commerce Terpopuler di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 2, 2024–2073. www.mckinsey.com,

Awaluddin, M. et al. (2024). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis* (A. Susanto (ed.)). Yayasan Tri Edukasi Ilmiah. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=75whEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=AWALLUDIN+HIPOTESIS&ots=YAV1w-pIBN&sig=CYx3N_7hziY8IS8FGNEmW2Eaoi0&redir_esc=y#v=onepage&q=AWALLUDIN HIPOTESIS&f=false

Cahyono, Y. T., & Wibawani, I. D. (2021). Pengaruh *Rating* dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian *Online* pada marketplace Shopee. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar*, 8(5), 55.

Cen, C. C. (2023). *Pengantar Manajemen*. PT Inovasi Pratama Internasional. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=wdS5EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=manajemen+adalah&ots=_7keKTd8m2&sig=NWA78rpdxcLFZUuXXJDwu9-BKjE&redir_esc=y#v=onepage&q=manajemen+adalah&f=false

Ghoni, M. A., & Soliha, E. (2022). Jurnal Mirai Management. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 14–22. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i2.2007>

Juhana, D., Komara, A. T., Iwan, S., & Boy, S. (2024). *Pengantar E-commerce dan Platform Digital* (Efitra (ed.)). PT Sonpedia Publishing Inonesia. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=9rsFEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=jenis+jenis+e-commerce&ots=vNh6nUTtps&sig=0Mhd_9C7ttgYYHv4tF5dCn2ZSIw&redir_esc=y#v=onepage&q=jenis+jenis+e-commerce&f=false

Khoiri, N. (2021). Statistika konseptual dan aplikatif perspektif. In *SUKABINA*

Press.

- Lesmana, N., Hakim, I., Riana, Sanjaya, A., Marsin, I. S., Safitri, M., Prasetyo, E., Witiyastuty, H., Jamal, I., Firminda, R., Suparno, Aman, & Herman, D. H. (2022). *Manajemen Pemasaran* (C. Dr. Hendri Herman S.E., M.Si. (ed.)). STRATEGY CITA SEMESTA.
- Lestari, W., Lukitaningsih, A., & Hutami, L. T. H. (2023). Pengaruh *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, dan Price Consciousness terhadap Keputusan Pembelian. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2358–2368. <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V5i6.2306>
- Mahendra, S., & Edastama, P. (2022). Pengaruh *Online Customer Review*, *Rating* Dan *Influencer* Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Casual Pada Marketplace. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 1, 21–28.
- Mahrar, Z. A., & Sebyar, M. H. (2023). Pengaruh Peraturan Menteri Perdagangan (PERMENDAG) Nomor 31 Tahun 2023 terhadap Perkembangan E-commerce di Indonesia Muhammad Hasan Sebyar. *Jurnal Ilmu Hukum Dan Sosial*, 1(4), 51–67. <https://doi.org/10.51903/hakim.v1i4.1440>
- Mamonto, F., Tumbuan, W., Rogi, M., Windy Mamonto, F., JFA Tumbuan, W., Rogi, M. H., Ekonomi dan Bisnis, F., & Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, J. (2021). *Analysis Of Marketing Mixed Factors (4p) On Purchase Decisions At Podomoro Poigar Eating House In New Normal Era*. 9(2), 110–121.
- Martini, L. K. B., Sembiring, E., & Paulus, F. (2022). *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(1), 15–24. <https://doi.org/10.51713/jamas.v4i1.67>
- Maryati, S., & Kusuma, M. (2024). The Influence Of *Online Customer Reviews*, *Online Customer Ratings* And Free Shipping On Purchase Decisions Through The Shopee Marketplace (Case Study Of 5th Semester Management Students) Pengaruh *Online Customer Review*, *Online Customer Rating* Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee

- (Studi Kasus Mahasiswa Semester 5 Manajemen). In *Bisnis Digital* (Vol. 3, Issue 2).
- Mawrwan, Konadi, W., Kamaruddin, Sufi, I., & Drh, Y. A. (2023). *Analisis Jalur dan Aplikasi SPSS* (C. Dr. Azhari, S.E., M.Si., Ak. (ed.); 2nd ed.). CV. Merdeka Kreasi Group.
- Mustafa, P. S. (2023). Tinjauan Literatur Analisis Uji R Berganda dan Uji Lanjut dalam Statistik Inferensial pada Penelitian Pendidikan Jasmani. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(5), 571–593. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7758162>
- Oei, A., M.Sendow, G., & Y.Lumantow, R. (2022). Pengaruh Motivasi Dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA*, 10, 1007–10017.
- Oktaviana Putri, P., & Kadek Fadia Azda Malika, N. (2025). Pengaruh *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Shopee. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 6(8).
- Pratiwi, N. R., & Tjahjaningsih, E. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Toko Hijab Nadya Collection Di Semarang)*.
- Puspita, Y. D., & Setyowati, W. (2023). Determinan Keputusan Pembelian Dimediasi Kepercayaan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Grabfood Di Kota Bandung. *Jurnal Magisma*.
- Putri, N., & Hadi, E. D. (2024). Student Journal of Business and Management Pengaruh *Online Customer Review* dan *Rating* Terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce Shopee dengan Kepercayaan sebagai Mediasi dan Emotional Sebagai Moderasi. *Jurnal Of Business and Management*, 7, 149-162.
- Rahayu, denok W. S. (2022). Perilaku Konsumen Dalam Penggunaan Voucher Shopee. *Jurnal Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 14, 52–59. <https://doi.org/10.35457/xxx>
- 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*, 1, 18–23.

- Razak, I., Wibowo, I., & Reztrianti, D. (2023). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bisnis*. CV. Putra Media Nusantara. <http://www.penerbitnya.com>
- Reken, F., Erdawati, Rahayu, S., Apriansyah, R., Herman, H., Sulfitri, D., Hermanto, Fatmawati, Lia Suprihartini, M., Adi Masliardi, M., & Ni Kadek Dessy Hariyanti, M. (2024). *PENGANTAR ILMU MANAJEMEN PEMASARAN* (M. . Mohamad Gita Indrawan, S.T. (ed.)). CV. Gita Lentera. www.gitalentera.com
- Riski, M., & Didit Darmawan. (2025). *Pengaruh Ulasan Pelanggan Online Terhadap Keputusan Pembelian di ShopeeFood*. 3, 40–55. <https://doi.org/https://doi.org/10.59603/ppiman.v3i1.617>
- Saepudin, Surjono, W., & Rahman, A. (2024). *Perilaku Organisasi*. Cipta Media Nusantara (CMN).
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati (ed.)). PENERBIT KBM INDONESIA. www.penerbitbukumurah.com
- Salsabilla, T., & Adlina, H. (2023). Entrepreneurship & Creative Industry Tantangan E-Commerce Dalam Transformasi Digital Pada Umkm Di Indonesia. In *Journal Business Administration (JBA)* (Vol. 2, Issue 2). <https://talenta.usu.ac.id/jba/index>
- Satria, E. (2023). *KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DITINJAU DARI PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK (Studi Kasus Pada Toko Bangunan Berkah Desa Lempur Danau)*. 4, 92–102.
- Sihaloho, E. M., Sitorus, D. P. M., & Butar-Butar, I. P. (2023). Pengaruh *Online Customer Rating* Dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Di Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Hkbp Nommensen Pematang Siantar. *Sains Student Research*, 1, 380–390.
- Simamora, V., & Maryana, D. (2023). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Tokopedia Dimoderasi Oleh Kualitas Produk. *Cakrawala Repositori IMWI*, 6(1), 666–680. <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v6i1.189>

- Sitinjak, T. J. R., & Silvia, V. (2022). Pengaruh *online customer review* dan *online customer rating* terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(8), 2022. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>
- Solihat, M., & Sandika, D. (2022). *E-commerce di Industri 4.0*. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v16i2.967>
- Steven, & Rakhman, A. (2023). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap Keputusan pembelian Pengguna *Online Marketplace Tokopedia*. *GREBUKI*, 1.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Sutopo (ed.); dua). ALFABEY CV. www.cvalfabeta.com
- Surjono, W., & Saepudin. (2024). *Manajemen Pemasaran Jasa* (B. Ramdhania (ed.)). Cipta Media Nusantara (CMN).
- Suryadi, L. S. P., Ramdan, A. M., & Jhoansyah, D. (2024). Analysis Of *Online Customer Reviews And Online Customer Rating On Purchasing Decisions With E-Trust As A Mediating Variable (On E-Commerce Users)* Analisis *Online Customer Rewiew Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Dengan E-Trust Sebagai*. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 7.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif Addini. *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2, 160–166. <https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/>
<https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/>
- Syahrani, M. I. (2022). Prosedur Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Al-Musthafa STIT Al-Aziziyah Lombok Barat*, 43(3).
- Syamsul, T. D., Guampe, F. A., Amzana, N., Alhasbi, F., Yusriani, Yulianto, A., Handayani, S., Ayu, J. D., Widakdo, G., Virgantari, I. F., Halim, H., & Naryati, I. N. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori Dan Penerapannya* (U. Hasanah & T. Media (eds.)).
- Tahitu, A., Tutuhaturnewa, A. R., & Fadirubun, V. M. (2024). Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Gaya Kepemimpinan Lurah Milenial Di

- Kota Ambon. *Jurnal BADATI*, 6, 1907–5340.
- Tito, S. A. R. Z., Purba, A. R., Alicia, J., Munthe, Nasution, A. A., Sitanggang, L. K., Siregar, O. M., & Sitorus, U. S. (2025). *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa S1 FISIP Universitas Sumatera Utara)*. 19. www.databoks.katadata.co.id,
- Tresna, P. W., Chan, A., & Herawaty, T. (2021). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Shopee). *AdBispreneur*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v6i1.26473>
- UA, A. N. A., Khaerunnisa, F., R, M. N., Violin, V., & Yusuf, M. (2023). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Produksi Tempe di Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 2, 568–577.
- Wailan, R. R., Kojo, C., Taroreh, R., Reynaldo Wailan, R., Kojo, C., Taroreh, R. N., Manajemen, J., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2021). *Pengaruh Karakteristik Individu Dan Fasilitas Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt Esta Group Jaya Manado The Influence Of Individual Characteristics And Work Facilities On Employee Performance At Pt Esta Group Jaya Manado*. 9(2), 287–296.
- Yanti, R. F., Wahyudi, H., & Amrullah. (2022). *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Marketplace Blibli di Kota Padang*.
- Yoda, T. C. (2024). *Metodologi Penelitian Bisnis* (R. Fitri (ed.)). PT Kimshafi Alung Cipta.
- Yusuf, Haryoto, C., Husainah, N., & Nuraeni. (2023). *Teori Manajemen* (J. Mardian & Nofri (eds.)). Yayasan Pendidikan Cendekia Muslim.