

DAFTAR PUSTAKA

- Alivia, P. S. N., Basalamah, M. R., & Wahono, B. (2024). Pengaruh Online Customer Rating, Online Customer Review, Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma). *E-Jrm: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 3631-3639.
- Ghoni, M. A., & Soliha, E. (2022). Jurnal Mirai Management. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 14–22. <https://doi.org/10.37531/Mirai.V7i2.2007>
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Ibm Spss 25. *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Harli, I. I., Mutasowifin, A., Andrianto, M. S., & Syaefudin Andrianto, M. (N.D.). *Pengaruh Online Consumer Review Dan Rating Terhadap Minat Beli Produk Kesehatan Pada E-Marketplace Shopee Selama Masa Pandemi Covid-19*.
- Hermansyah, T., & Qolbi, N. (N.D.). *Pengaruh Pembayaran Cod (Cash On Delivery) Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce Shopee* (Vol. 2, Issue 1).
- Jurnal, H., & Rachman Mulyandi, M. (2022). *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Pelanggan E-Commerce*. 1(1).
- Mokodompit, H. Y., Lopian, S. V. J., & Roring, F. (2022). Pengaruh Online Customer Rating, Sistem Pembayaran Cash On Delivery Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Dan Alumni Equil Choir Feb Unsrat). *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 975-984.
- Ningrum, Setia Nisa (2023) *Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Pada Aplikasi Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Fisipol Universitas Malikussaleh)* (Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh).
- Puspa Indah Sari (2020) *Pengaruh Iklan Kualitas Produk Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Yakult Di Kota Lhokseumawe (Studi Konsumen Yakult Pada Mahasiswa Universitas Malikussaleh Kampus Bukit Indah)* (Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh).
- Putri Ningsih, E. S. (2019). *Pengaruh Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Marketplace Shopee*. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Rahman, A. M. (2022). *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia (Studi Kasus Pada*

Pengguna Tokopedia Di Kecamatan Medan Johor) (Doctoral Dissertation, Universitas Medan Area).

- Rahmawati, A. I. (2022). 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.
- Ramadhani, T., Budimansyah, B., & Sanjaya, Vi. F. (2021). Pengaruh Rating Dan Online Consumer Review Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Pemediasi Pada Marketplace Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung). *Revenue: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2(2), 143–162. <https://doi.org/10.24042/Revenue.V2i2.9623>
- Safrina (2022) *Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Filosofi Lhokseumawe (Studi Pada Konsumen Toko Filosofi Lhokseumawe)* (Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh).
- Sukirman, R., Kumalasari, F., & Hendrik. (2023). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Marketplace Shopee. *Journal Of Trends Economics And Accounting Research*, 4(1), 152–159. <https://doi.org/10.47065/Jtear.V4i1.845>
- Utamanyu, R. A., & Darmastuti, R. (2022). Budaya Belanja Online Generasi Z Dan Generasi Milenial Di Jawa Tengah (Studi Kasus Produk Kecantikan Di Online Shop Beauty By Asame). *Scriptura*, 12(1), 58–71. <https://doi.org/10.9744/Scriptura.12.1.58-71>
- Vierra Budi Aryani (2022) *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Selempangan Wisuda Semarang Studi Pada Pembeli Selempangan Wisuda Semarang Di Shopee* (Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Semarang).
- Wahyu Choirul'ulyati, W. C. U. (2023). *Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace Shopee* (Doctoral Dissertation, UPT. Perpustakaan Undaris).
- Widodo, U., & Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Nusantara, S. (2024). *Pengaruh Online Customer Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop Melalui Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Tiktok Shop Semarang)* (Vol. 03, Issue 02).
- Zed, E. Z., Ratnaningsih, Y. R., Tri, D., & Kartini, M. (2023). *Jurnal Mirai Management Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Online Di E-Commerce Pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Cikarang*. 8(2), 436–452.