

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, F. 2022. Pengaruh Content Marketing, Online Consumer Review Dan Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Hijab Rabbani Pada Generasi Z di Kota Semarang. *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 10 (2), 223-238.
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. 2020. Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96-107.
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Azmi, Y. 2021. Pengaruh Program Agam Makmur Terhadap Kesejahteraan Mustahik Baznas Agam Di Kecamatan Ampek Angkak. Fakultas Syariah Dan Hukum. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau-Pekanbaru. <https://repository.uin-suska.ac.id/53765/>
- Budiarti, E., Agesti, N., & Ridwan, M. S. 2021. The Effect of Viral Marketing, Online Customer Review, Price Perception, Trust on Purchase Decisions with Lifestyle as Intervening Variables in the Marketplace Shopee in Surabaya City. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 8(3), 496-507.
- Eldawati, S., Bakkareng., & Delvianti. 2022. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Furniture Studi

- Kasus Pada CV. Alzaid Furniture Kabupaten Pesisir Selatan. *Jurnal Matua*, 4(1), 39-52.
- Fauzi, S., & Lina, L. F. 2021. Peran Foto Produk, Online Customer Review dan Online Customer Rating Pada Minat Beli Konsumen Di E-Commerce. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1),21.
- Flanagin, A. J, & Metzger, M. J. 2007. The Role of Site Features, User Attributes, and Information Verification Behaviors on The Perceived Credibility of Web-Based Information. *New Media & Society*, 9 (2), 319-342.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 23. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 25. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanum, A. 2021. Analisis Citra Citra Merek Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Quantum ICT Di Medan. *Juripol (Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan)*, 4(2), 43-49
- Holid, M. 2019. Pengaruh Promosi, Kemasan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Keripik Singkong Cap Pesawat Pada Industri Rumah Tangga Di Manding Kabupaten Sumenep. *Skripsi*. Universitas Wiraraja.
- Huang, et al. 2013. Helpfulness of Online Product Review as Seen By Consumers: Source and Content Features. *Journal Of Engineering And Information Sciences*, 4-5.
- Irmawati, D. 2011. Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis*, Edisi Ke-VI, 113–121.

- Istiqomah, L., & Usman, U. 2021. Pengaruh Online Customer Review, Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Terhadap Mahasiswa Pengguna Platform Pasar Online). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 1(1), 76-88.
- Jasfar, Farida. 2009. *Manajemen Jasa, Pendekatan Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Jogiyanto. 2019. *Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) Untuk Penelitian Empiris*. Yogyakarta: BPFE Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UGM.
- Jeong, E. H., & Jang, S. C. S. (2011). Restaurant experiences triggering positive electronic word-of-mouth (eWOM) motivations. *International Journal of Hospitality Management*, 30(2), 356–366.
- Juli, E. K. 2022. Pengaruh Harga, Kepercayaan, Brand Love Dan E-Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Pada Pengguna Aplikasi Tiktok Pada Era Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 1-13.
- Kotler, Philip & Armstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip & Keller, Kevin Lane. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Lackermair et al. 2013. Importance of Online Product Reviews From a Consumers Perspective. *Marketing*, Vol. 1, No.1, 1-5.

- Ladhari, R., Gonthier, J., & Lajante, M. 2019. Generation Y and Online Fashion Shopping: Orientations and Profiles. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 48, 113-121.
- Liu, Y., 2006. Word of Mouth for Movies : Its and Impact on Box Office Dynamics Revenue. *Journal of Marketing*, 70(3), pp.74–89.
- Maharani, A. D., & Darmastuti, I. 2010. Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang. *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Meirichi, R. A. 2023. Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk @Bataofficialstore. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said.
- Mokodompit, H. Y., Lopian, S. L. H. 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.
- Mulyati, Y., & Gesitera, G. (2020). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Purchase Intention Dengan Trust Sebagai Intervening Pada Toko Online Bukalapak di Kota Padang. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 173-194.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. 2019. Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Proseding Seminar*

Nasional Kewirausahaan, 1(1), 194–199.

Nazir, Moh. 2014. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Ningsih, E. S. P. 2019. Pengaruh *Rating* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Pada *Marketplace* Shopee. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Makasar.

Nugroho, C. B. 2022. TA: Perancangan Video Promosi Wisata Sejarah sebagai Upaya Meningkatkan Eksistensi Kampung Peneleh. *Skripsi*. Universitas Dinamika.

Nuraeni, Y. S., & Irawati, D. 2021. Pengaruh Online Customer Review, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ubsi). *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(4), 439-450.

Nuraini, D., & Evianah, E. 2019. Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Produk Baju Secara Online dan Offline. *Ekonomi-Manajemen Equilibrium: Jurnal Akuntansi*, 15(2).

Nurhodijah, F. S., & Indriani, F. 2022. Analisis Pengaruh Produk, Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi Review Konsumen (Studi Kasus Pada Pengguna Platform Blibli. com). *Diponegoro Journal of Management*, 11(5).

Park, C. & Lee, T.M., 2009. Information direction, website reputation and eWOM effect: A moderating role of product type. *Journal of Business Research*, 62(1), pp.61–67.

Peter, Paul, J., & Olson, J. C. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*

(9th ed.). Jakarta: Salemba Empat.

Pramono, E. 2021. Analisis Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kuliner di Kota Surakarta. *Skripsi*. (Doctoral dissertation, Universitas Sahid Surakarta).

Priyatno, D. 2010. Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian Dengan SPSS. Yogyakarta: Gava Media.

Puirih, K., Mananeke, L., & Lengkong, V. P. K. 2020. Fenomena Keputusan Pembelian dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Kepuasan Konsumen Tokopedia di Kota Manado the Phenomenon of Buying Decision and Use of Social Media on Consumer Satisfaction Tokopedia in Manado City. *411 Jurnal EMBA*, 8(3), 411–419.

Putra, D. P., Suprihartini, L., & Kurniawan, R. 2021. Celebrity Endorser, Online Customer Review, Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening pada Marketplace Tokopedia. *Student Online Journal (SOJ) UMRAH-Ekonomi*, 2(2), 1055-1067.

Putri, P. M., & Marlien, R. A. 2022. Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25-36.

Rarung, J., Lumanauw, B., & Mandagie, Y. 2022. Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Customer Trust Terhadap Customer Purchase Decision F Coffee & Roastery Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 891-899.

- Robbins, Stephen P. dan Timothy A. Judge. 2007. *Organizational Behavior*. Prentice-Hall Jersey.
- Rorie, A. G. S., Tumbel, A. L., & Gunawan, E. 2022. Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Tokopedia.Com di Desa Noongan, Kecamatan Langowan Barat. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, Dan Hukum)*, 6(1), 365–370.
- Saputra, H., & Heriyanto, M. 2017. Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Minat Konsumen (Studi Pada PT. Samudranesia Tour and Travel Pekanbaru). *Skripsi*. Universitas Riau.
- Saputri, F. N. D. 2020. Pengaruh Beban Promosi dan Beban Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada UD. Sanki Utama Di Surabaya. *Skripsi*. STIE Mahardhika Surabaya.
- Sari, W. H. P. 2022. Pengaruh Promosi, Online Customer Review, dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Marketplace Shopee Di Indonesia). *Skripsi*. Universitas Lampung.
- Sarmis, N. 2020. Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Dan Minat Pembelian Konsumen Pada Desa Sialang Jaya. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 9(1), 81-84.
- Septiani, F. 2018. Pengaruh Promosi dan Produk Terhadap Minat Beli. *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Humaniora*, 1(2), 399-415.

- Setyarko, Y. 2016. Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 5(2), 128-147.
- Simangunsong, R. 2021. Pengaruh Promosi, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan. *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*, 1(2), 131-149.
- Siregar. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sugiyono. 2009. *Penelitian Kuantitatif Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suyono. 2018. *Analisis Regresi untuk Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Syahputra, R. R., & Herman, H. 2020. Pengaruh Promosi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap Di OS Hotel Batam. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 62-70.
- Taruna, R. A. 2020. Pengaruh Kepercayaan, Kenyamanan, Pengalaman dan Kemudahan Terhadap Minat Konsumen Berbelanja Online pada Situs Shopee di Lingkungan Universitas Sahid Surakarta. *Skripsi*. (Doctoral dissertation, Universitas Sahid Surakarta).

Tajudin, M. H., & Mulazid, A. S. 2017. Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri KCP. Sawangan Kota Depok. *ISLAMICINOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1), 19–46.

Wahyudi, T., Rinuastuti, BH, & Sarmo, S. 2019. Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen Remaja Kota Mataram Pada Pembelian Produk Fashion Shopee Online Shop. *Jurnal Riset Manajemen*, 19 (1), 1-7.

Wibisono, H., Wijaya, K. E., & Andreani, F. 2021. Pengaruh Online Review dan Online Rating Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Pergikuliner di Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 9(1).

Widarjono. 2010. *Analisis Statistika Multivariat Terapan*. Edisi Pertama. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

<https://news.republika.co.id/berita/qhgibx335/kominfo-pengguna-internet-di-indonesia-capai-1755-juta>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023>

<https://scarlettwhitening.com/>