

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Muhajirin, & Julaiha. (2024). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Market Place Shopee. *Journal Transformation Of Mandalika*, E-ISSN: 2745-5882, P-ISSN: 2962-2956, 5(9), 461–471. <https://doi.Org/10.36312/Jtm.V5i9.3454>
- Cahyono, Y. T., & Wibawani, I. D. (2022). Pengaruh harga, online customer review, dan online customer rating terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee. In *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains dan Teknologi* (Vol. 2, No. 1, pp. 867-867).
- Dhila Nur Aprilianti, Abu, I., & Riyadi, R. (2024). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Aktif Pendidikan Ekonomi Universitas Mulawarman). *Jurnal Prospek: Pendidikan Ilmu Sosial Dan Ekonomi*, 6(2), 78–85. <https://doi.Org/10.30872/Prospek.V6i2.4021>
- Fatkhur Rizal, M., Hidayati, N., & Dian Evasari, A. (2024). *Pengaruh Diskon, Biaya Ongkos Kirim Dan Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi Pada Mahasiswa Uniska Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan Tahun 2020)*. 9(8), 91.
- Gusnaini, S., Husda, N. E., & Batam, P. (2022). Pengaruh Customer Review, Customer Rating Dan Promosi Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*. <https://Iprice.Co.Id>
- Hannaresa, C. A., & Hasanah, Y. N. (2023). Pengaruh customer review dan customer rating terhadap keputusan pembelian produk di Shopee. *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 720-726.
- Istikomah, N., & Hartono, B. (2022). Analisis Persepsi Promosi Gratis Ongkos Kirim (Ongkir) Shopee Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 1(2), 49–57. <https://doi.Org/10.35446/Bisniskompetif.V1i2.1011>

- Ramadhanti, S., & Yuli Prastyatini, S. L. (2023). Pengaruh Diskon Flash Sale Dan Biaya Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Moderasi. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 14(04), 1030–1039. <https://doi.org/10.23887/Jimat.V14i04.60984>
- Reni Yusnita, Annio Indah Lestari Nasution, & Nursantri Yanti. (2023). Pengaruh Online Marketing Dan Biaya Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada UMKM Pisang Pasir Memey. *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 1(6), 371–387. <https://doi.org/10.61132/Lokawati.V1i6.373>
- Restyawati, V. (2024). Pengaruh Gratis Ongkir, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee (Studi Pada Santri Pondok Pesantren Al-Qur'an Al Amin Pabuaran). In *Universitas Islam Negeri Prof. K. H Saifuddin Zuhri Purwokerto*.
- Saragih, A. S., Lestari, I., & Sabrina, H. (2025). Pengaruh diskon dan biaya ekspedisi terhadap keputusan pembelian pada platform Shopee: Studi pada ASN kantor bupati Serdang Bedagai. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(2), 765–775. <https://doi.org/10.60036/jbm.569>
- Sartika, S., & Maris, S. F. (2026). Pengaruh Online Customer Review dan Online Costumer Rating Produk terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Marketplace Shopee (Studi Kasus Pengguna Shopee di Desa Munjul). *Jurnal Sosial Teknologi*, 6(4), 1332–1346. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v6i4.32789>
- Semnesia. (2024). *35 Data Statistik E-Commerce Indonesia Yang Penting*. Diakses Dari: <https://semnesia.com/blog/data-statistik-ecommerce-indonesia/>
- 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>

Syadiyah, K. (2024). *SKRIPSI PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW ,
HARGA DAN ENDORSEMENT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK DI MARKETPLACE SHOPEE PADA GENERASI Z BANDAR
JAYA Oleh : KHALIMATU SYADIYAH Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam INSTITUT AGAMA ISLAM.*

