

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, D. L., Dahliani, Y., & Edi, B. Q. R. (2024). Pengaruh *Online Customer Review*, *online* customer rating, harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian di Shopee. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Manajemen Keuangan*, 5(1), 50–65.
- Arief, M., Mustikowati, R. I., & Chrismardani, Y. (2023). Why customers buy an *online* product? The effects of advertising attractiveness, influencer marketing and *Online Customer Reviews*. *LBS Journal of Management & Research*, 21(1), 81–99.
- Ariyanto, A., dkk(2023). *Manajemen pemasaran: Memenuhi kebutuhan dan meraih keuntungan* (buku referensi). Yogyakarta: Widina Media Utama.
- Chen, T., Samaranayake, P., Cen, X., Qi, M., & Lan, Y.-C. (2022). The Impact *Online Reviews* on Consumers' Purchasing Decisions: *Edvidence from an Eye-Tracking Study*, *Frontiers in Psychology*, 13 (1), pp. 1-13.
- Darsana, I. M. (2023). Pengantar Strategi Pemasaran. Dalam M. A. Wardana (Ed.), *Strategi pemasaran* (hlm. 1-17). CV. Intelektual Manifes Media, Bali.
- Firmansyah, A. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Surabaya: Qiara Media.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, J. V. B., Chairia, & Ramles, P. (2021). *Pengaruh Harga, Review Produk, Jaminan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Situs Jual Beli Online Shopee*. *Jurnal Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, Vol. 3, No. 2, hlm. 169–173.
- Hasrul, A. F., Suharyati, S., & Sembiring, R. (2021). *Analisis Pengaruh Online Customer Review dan Rating terhadap Minat Beli Produk Elektronik di Tokopedia*. Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi.

- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2020, Mei). *Transaksi Penjualan Online Naik 400 Persen di Masa Pandemi Covid-19*. UGM News. Diakses 21 April 2025, dari UGM News.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.
- Mardiana, D., & Sijabat, R. (2022). *Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian*. Widya Cipta : Jurnal Sekretari dan Manajemen, 6(1), pp. 9-13.
- Prastyorini, J., dkk(2022). *Manajemen pemasaran: Perencanaan, pengorganisasian, dan pengawasan produk* (artikel jurnal). Jurnal Manajemen Pemasaran, 16(2), 57–66.
- Reken, F. (2024) Konsep Ilmu Manajemen Pemasaran. Dalam M. G. Indrawan (Ed.), *Manajemen pemasaran* (hlm 1-13). CV. Gita Lentera, Padang.
- Rendanianti, A. (2026, 4 Juni). Shopee jadi *platform* belanja *online* yang paling sering diakses publik RI 2026. GoodStats Data. <https://data.goodstats.id/statistic/shopee-jadi-platform-belanja-online-yang-paling-sering-diakses-publik-ri-2026-ILqMn>
- Riana, D., & Pamikatsih, S. (2023). *Analisis indikator keputusan pembelian menurut Kotler & Keller*. Jurnal Manajemen dan Pemasaran, 14(1), 45–58.
- Rizqillah, M., & Kurniawan, P. H. (2019). *Pengaruh promosi, kualitas dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk perlengkapan bayi Snobby di Kota Batam*. Jurnal Ilmiah Core IT, 8(1), 95–106.
- Romadhani, S. N. U. (2024). *Customer review, influencer endorsement, and social media marketing terhadap keputusan pembelian: Trust dalam peran moderasi* (Undergraduate thesis, STIA Manajemen dan Kepelabuhan Barunawati Surabaya).
- Sari, M. P., & Syahreza, D. S. (2024). *Analisis Online Customer Review dan Persepsi Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Erigo di Shopee Pada Mahasiswa/I Jurusan Manajemen UNIMED*. Jurnal Arastirma, 4(1), 294–304.

- Shafwah, A. D., Fauzi, A., Caesar, L. A. Y., Octavia, A., Indrajaya, B. L., Endraswari, J. I., & Yulia, M. N. (2024). *Pengaruh Pemasaran Digital dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare di E-Commerce Shopee (Literatur Review Manajemen Pemasaran)*. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 5(3), 135–147.
- Sudaryono. (2021). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- 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*, Vol. 4, No. 1, hlm. 152–159.
- Sunyoto, D. (2022). *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk Mengenali Konsumen)*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Tjiptono, F. (2022). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- Wulandari, A, & Mulyanto, H. (2024, Mei 30). *Keputusan Pembelian Konsumen* [PDF]. Universitas IPWIJA. <http://repository.ipwija.ac.id/5125/3/2024-20240530-Buku%20Keputusan%20Pembelian%20Konsumen-May%202024.pdf> (Diakses 20 Juni 2025)
- Yusuf, E. H., Karnawati, T. A., & Bukhori, M. (2023). Pengaruh *Online Customer Review, Online Customer Rating* dan *Layanan Cash On Delivery (COD)* terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna *Marketplace* Shopee di Kota Tasikmalaya. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 3(1), 1–8.