

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, D. L., Dahliani, Y., & Ratu Edi, B. Q. (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.
- Apriansyah, R. (2024) *Analisis Prilaku Konsumen*. Dalam M. G. Indrawan (Ed.), *Manajemen Pemasaran* (hlm 49-61). CV. Gita Lentera, Padang.
- Cahyono, Y. T., & Wibawani, I. D. (2021). Pengaruh harga, *online customer review*, dan *online customer rating* terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee. *Seminar Nasional & Call for Paper Hubisintek 2021*.
- Chen, T., Samaranayake, P., Cen, X., Qi, M., & Lan, Y.-C. (2022). The Impact of Online Reviews on Consumers' Purchasing Decisions: *Evidence from an Eye-Tracking Study*, *Frontiers in Psychology*. 13 (1).
- Darsana, I. M. (2023). Pengantar Strategi Pemasaran. Dalam M. A. Wardana (Ed.), *Strategi pemasaran* (hlm. 1-17). CV. Intelektual Manifes Media, Bali.
- Fajar Prawira Muhammad dan S.Marinda Vina. (2023) Pengaruh Kompensasi dan Gaya Kepemimpinan Demokrasi Terhadap Retensi Karyawan, *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 5(7), 2622-2205
- Febria, M. F., Setiawan, F., & Sulaeman, E. (2022). Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan *online customer rating* terhadap keputusan pembelian produk *fashion* (Studi pada pengguna marketplace Shopee di Indonesia). *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 4(6), 12703-12711
- Kamisa, N., Putri, A. D., & Novita, D. (2022). Pengaruh *Online customer review* dan *Online customer rating* Terhadap Kepercayaan Konsmen (Studi kasus: Pengguna Shopee di Bandar Lampung). *Journals of Economics and Business*, 2(1), 21–29.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Laily, N., Jannesar, N., Laely, N., Djunaedi, & Ruhamak, M. D. (2021). The Influence of *Online customer reviews*, *Online customer ratings*, and Trust on Purchasing Decisions Through the Shopee Marketplace, *Economics Social and Health Survival in New Normal Era*.

- Mardiana, D., & Sijabat, R. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 6(1).
- Nyimpado, G. D., Marpaung, F. K., Almusahwir, M. A., Nurhidayah, A., Sihalohe, E. A., & Meliza, J. (2024). The influence of *online customer rating*, *online customer review* and brand ambassador on buying interest in e-commerce Shopee at Prima Indonesia University. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2),
- Pardede, E. S. M., Ginting, P., & Rini, E. S. (2023). The Influence Of *Online customer review* And *Online customer rating* On Purchase Decisions Through Consumer Trust In Fore Coffee Prodcets At Sun Plaza Medan, *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharing Administration*, 3 (4).
- Pradana, M., Anggriani, I., & Rahman, A. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen menggunakan jasa pada LPK Barokah Kota Bengkulu. *Jurnal Ekombis Review – Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 571–580.
- Putri Ira Elsa. (2021) Regresi Linier Berganda, Uji T, Uji F. (Online), (<http://ecampus.iainbukittinggi.ac.id/pustaka/main/item/97127>), diakses pada 23 April 2023.
- Reken, F. (2024) Konsep Ilmu Manajemen Pemasaran. Dalam M. G. Indrawan (Ed.), *Manajemen Pemasaran* (hlm 1-13). CV. Gita Lentera, Padang.
- Riana, I. N., & Pamikatsih, T. R. (2024). Pengaruh *online customer review*, *online customer rating* dan fitur live streaming terhadap keputusan pembelian produk *fashion* pada marketplace Shopee di wilayah Surakarta. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen (EBISMEN)*, 3(1).
- 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*. e-ISSN: 2548-3528.
- Salma, G., & Falah, A. M. (2023). *Fashion* sebagai bentuk ekspresi diri dan karakter mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bandung. *Jurnal ATRAT*, 11(1), 95–103.
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi pemasaran yang unik: Mengoptimalkan kreativitas dalam menarik perhatian konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206-211.
- Setyaningsih, F. (2021). Analisis strategi bauran pemasaran terhadap peningkatan pelanggan pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(2), 250-257.

- Siregar, A., Hasibuan, M. I., Amin, M., Harahap, J. M., & Elvisyahfri, S. P. (2022). Pengaruh rating dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian produk pakaian pada marketplace Shopee (Studi kasus mahasiswa Universitas Al-Washliyah Labuhanbatu). *Jurnal EK&BI*, 5(2).
- Sugiyono. (2020). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Susilowati, D. (2023). Pengaruh *online customer review* dan *online customer rating* terhadap keputusan pembelian pengguna marketplace Shopee (Studi kasus pada masyarakat Jakarta Barat). *SAMMAJIVA: Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen*, 1(3).
- Tampil, Exel Meyfrand Fransisco, Tawas, Hendra N, Poluan, Jane G, (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pada PT. Suluh Jaya Abadi, *Jurnal EMBA* 11 (3).