

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiningsih, L., & Hartati, R. (2023). “*Pengaruh Promosi, Online Customer Review, dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan pada Layanan Shopee Food di D.I Yogyakarta.*” 4(2), 13–30.
- Aji, Martani, Netti Nurlenawati, Dexi Triadinda, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, and Universitas Buana Perjuangan Karawang. 2023. “*The Influence Of Online Customer Review And Customer Rating On Interest In Buying Fashion Products On The Shopee Platform (Study On Management Students At University Buana Perjuangan Karawang)*” *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4(6): 9373–92. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>.
- Ali, M. M., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., & Afifah, S. (2022). “*Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Penerapannya dalam Penelitian*”. *Education Journal*. 2022, 2(2), 1– 6.
- Almayani, R. N., & Graciafernandy, M. A. (2023). “*Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating dan Online Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee*”. 5, 97–107.
- Anggraini, Windi, Berlintina Permatasari, and Almira Devita Putri. 2023. “*Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop Pada Masyarakat Kota Bandar Lampung.*” *JurnalTECHNOBIZ* 6(2) 2655–3457.
<https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/technobiz/article/view/2830/pdf>.
- APJII. 2024. “*APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang.*” Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII).
<https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>.
- Arbaini, P. (2020). “*Pengaruh Consumer Online Rating Dan Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace Tokopedia.*” *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7(1), 25–33. <https://doi.org/10.26905/jbm.v7i1.3897>

- Ardiansyah, Mochamad Fahri, and Jamaludin Khalid. 2022. "*Pengaruh Promosi, Persepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Angkringan Nineteen.*" *Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia* 1(9): 1278–85.
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, M. A. (2019). "*Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee*". *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–11.
- Ariyanto, Aris. 2023. Widina Bhakti Persada Bandung "*Manajemen Pemasaran.*" Atika Aini NaSution, Bambang Sutejo. 2022. "*Manajemen Pemasaran.*" In Buku Ajar Manajemen Pemasaran, ed. Bincar Nasutions. PT Inovasi Peratama Internasioanl, 2.
- Aulia, Qisma, and Alimuddin Rizal Riva'i. 2024. "*Pengaruh Price Discount, Online Customer Rating, Dan Online Customer Riview Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Shopee.*" *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 5(1): 364–76. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>.
- Auliya, Z. F., Rifqi, M., Umam, K., & Prastiwi, S. K. (2017). "*Online Customer Review (OTRs) dan Rating Kekuatan baru pada Pemasaran Online di Indonesia*". 89–98.
- Baety, N., Ariyani, D., Hidayati, L. A., & Santosa, M. (2024). "*Pengaruh Brand Image, Online Customer Review , Online Customer Rating dan E-trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ecommerce (Studi Empiris Pada Pengguna Shopee).*" 379–388.
- Berlian, M, and P Salsabila. 2023. "*Pengembangan Instrumen Untuk Mengukur Literasi Sains Pada Materi Tata Surya.*" *Bedelau: Journal of Education and* 4(1 43–52. <https://ejournal.anotero.org/index.php/bedelau/article/view/195%0Ahttps://ejournal.anotero.org/index.php/bedelau/article/download/195/141>.
- Brama Kumbara, Vicky. 2021. "*Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse.*" *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2(5): 604–30.

- Cahya, Ariska Dwi, Rokh Eddy Prabowo, Universitas Stikubank, and Unisbank Semarang. 2023. *“Pengaruh Promosi , Online Consumer Review , Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna E-Commerce Shopee Di Jawa Tengah).”* 4(5): 5667–77.
- Deshinta, Hana, and Ama Suyanto. 2020. *“Efektifitas Promosi Online Pada E-Commerce Di Indonesia.”*
- Dewi Ludy Amalia, Yani Dahliani, B. Q. R. E. (2022).” *Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee:*”. Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan, 6(2), 50–65. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i2.18158>
- Dewi, F. E., Kuntardina, A., & Adiputra, E. (2022).” *Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi Kasus Mahasiswa STIE CENDEKIA Bojonegoro angkatan 2017)*”. 1(2), 90–99.
- Dr. Widiartanto, M.AB &, Asri Nugrahani Ardianti. 2019. *“Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee.(Studi Pada Mahasiswa Aktif FISIP Undip).”* Jurnal Ilmu Administrasi dan Bisnis 8(2).
- Fadilah, Nur. 2020. *“Pengertian , Konsep , Dan Strategi Pemasaran Syari ’ Ah.”* 1(2).
- Fauziyyah, A., Yulia, I. A., & Pranamulia, A. (2022).” *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen a&W Dengan Promosi Sebagai Variabel Moderisasi.”* Transformatif, 11(2), 104. <https://doi.org/10.58300/transformatif.v11i2.320>
- Ghoni, M. A., & Soliha, E. (2022). *“Pengaruh Brand Image, Online Customer Review dan Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee.”* Jurnal Mirai Management, 7(2), 14–22.
- Gigih, Muhammad Made P. 2015. *“Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Merdeka.”* Jiab 4(2): 1–12.

- Handayani, Jasella, Deriawan Deriawan, and Tyahya Whisnu Hendratni. 2020. *“Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen.”* Journal of Business and Banking 10(1): 91. doi:10.14414/jbb.v10i1.2261.
- Harli, Izzatul Islami, Ali Mutasowifin, and M. Syaefudin Andrianto. 2021. *“Pengaruh Online Consumer Review Dan Rating Terhadap Minat Beli Produk Kesehatan Pada E- Shopee Selama Masa Pandemi COVID-19.”* INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia 4(4): 558–
- Haryanti, Nik, and Bhaswarendra Guntur Hendratri. 2021. *“Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Keuntungan Cv. Kecap Rendang Blitar.”* Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah 8(2): 102–13. doi:10.53429/jdes.v8i2.230.
- Hendrik, Riska Sukirman, Fitri Kumalasari. 2023. *“Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Shopee.”* Journal of Trends Economics and Accounting Research 4(1): 152–59. doi:10.47065/jtear.v4i1.845.
- Hernawaty, and Novilia Juangsa. 2017. *“Pengaruh Kualitas Produk Dan Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Karet Ban Merk Mbs Pada PT. Gemar Sukawati Indah Medan.”* Jurnal Panca BUdi 1(1): 14.
- Himma, Faiqotul. 2023. *“Analisis Penurunan Penjualan: Atasi Tantangan Bisnis.”* Majo Care.id. <https://majoo.id/solusi/detail/analisis-penurunan-penjualan>.
- Hutapea, N. C. J. Y. (2022). *“Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Layanan Gofood dalam Aplikasi Gojek (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Advent Indonesia).”* Jurnal Pendidikan Dan Konseling, 4(6).
- I Nyoman Tri Sutaguna, Chevy Herli Sumerli A, Geofakta Razali, & Muhammad Yusuf. (2023). *“Hanan Catering’s Instagram promotions, pricing, and menu variety influence consumer purchasing decisions in Bandung”*. International Journal of Economics and Management Research, 2(1), 76–

87. <https://doi.org/10.55606/ijemr.v2i1.67>
- Irwansyah, et al. (2021). *“Perilaku Konsumen. In Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents.* “Penerbit Widina Bhakti Persada.
- Jempper. 2022. *“Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Pelanggan E-Commerce.”* 1(1).
- Juliet, Jesse. 2020. *“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Kembali Jasa Antar Ojek Online Merek Grab-Bike Di Jakarta Pusat.”* Jurnal Ekonomi Perusahaan
- Kamisa, N., P, A. D., & Novita, D. (2022). *” Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen (Studi kasus : Pengguna Shopee di Bandar Lampung)”*. 2(1), 21–29.
- Kartikasari, Didin, Zainul Arifin, and Kadarisman Hidayat. 2020. *“Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Penelitian Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Angkatan 2012/2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Yang Mengkonsumsi Produk Mie Instan Merek Indomie).”* : 8.Kelaswork.com.
- Keller, Philip kolter dan kevin Lane. 2020. *” Manajemen Pemasaran”* Edisi Ketiga Belas Jilid 1. Andi Maula. Erlangga dengan Power Macpro.
- Kevin, David, and Yudi Carsana. 2020. *“Pengaruh Promosi, Persepsi Harga Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Di Pt.Arista Suskes Abadi Tanjung Pinang.”* Jurnal Manajerial Dan Bisnis Tanjungpinang, Vol.3, No.1, 2020: 1-13 3(1): 1–13.
- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). *“Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo”*. Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib), 1(1), 128–136.
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). *“Pengaruh Online Costumer Review dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla”*. Jurnal MiraiManagemnt, 6(1), 139– 154.
- <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/696>

- Leni Anggriani, N., & Hamali Yusuf, A. (2020). " *Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handuk Pada Pt Tatapusaka Sentosa Textile Mills Bandung*". *Journal of Management*, 3(Juni), 14.
- Lestari, W., Lukitaningsih, A., & Hutami, L. T. H. (2022). " *Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Price Consciousness terhadap Keputusan Pembelian*. *Al-Kharaj " : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2358– 2368. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.2306>
- Lezetti, Alya. 2023. " *Alasan Pentingnya Customer Review Dan Cara Meningkatkan*. " *Kelaswork.com*.
- Luh Kadek Budi Martini, Ejasa Sembiring, & Frandy Paulus. (2022). " *Customer Online Customer Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Modeliafashion Pada Marketplace Tokopedia*" Jakarta. *Journal of Applied Management and Accounting Science*, 4(1), 15–24. <https://doi.org/10.51713/jamas.v4i1.67>
- Luluk Agustiningsih, R. H. (2023). " *Pengaruh Promosi, Online Customer Review, dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan pada Layanan Shopee Food di DI Yogyakarta*. " *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 4(2).
- Mantara, Made Abi, Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi Telagawathi, and Ni Nyoman Yulianthini. 2022. " *Faktor-Faktor Yang Menentukan Keputusan Pembelian Secara Online Di Bukalapak Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha*. " *JEMBA : Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen dan bisnis, Akuntansi* 2(1): 18–28. doi:10.52300/jemba.v2i1.3529.
- Maryati, Sri, and Merta Kusuma. 2024. " *The Influence Of Online Customer Reviews, Online Customer Ratings And Free Shipping On Purchase Decisions Through The Shopee (Case Study of 5th Semester Management Students)*. " *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Bisnis Digital* 3(2): 257–64. doi:10.37676/jamdbd.v3i2.5864.

- Montolalu, Ogi, and Raintung. 2024. "Trust Sebagai Pemediasi Pengaruh Online Customer Review Dan Brand Terhadap Purchase Intention Pada E-Commerce Shopee Oleh Di Kecamatan Airmadidi." *Jurnal EMBA* 12(3): 153–64.
- Moonik, Natasya, and Willem Gilbert Pomantow. 2023. "Pentingnya Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Acha Olshop." *Jurnal MABP* 5(2): 77–91.
- Muhamad, A. (2022). "Analisis Pengaruh Kualitas Produk , Harga , dan Promosi MS Glow". 4, 147–167.
- 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". *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199.
<http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/3594/3325>
- Ningrum, Lilian Mega Puri, and Eva Ratnasari. 2023. "Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Toko Qolsa Metro Tahun 2022." *Journal of Student Research* 1(1): 394
- Panguriseng, Andi Anisah, and Irawati Nur. 2022. "Analisis Strategi Promosi Dan Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen." *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir* 1(1): 55–66.
- Panjaitan, Roymon. 2018. "Manajemen Pemasaran." *Management Pemasaran*: 180.
- Panji Ragatirta, L. P., & Tiningrum, E. (2020). "Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap. *Excellent*," 7(2), 143–152. <https://ejournal.stieaub.ac.id/index.php/excellent%0Ahttps://doi.org/10.36587/exc.v7i2.793Pranindyastuti>,
- Tika, and Fifit S Ni'mah. 2023. "Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Aksesoris Hp (Studi Kasus: Gajah Mungkur Cell Pangkalan Bun)." *Magenta* 11(2): 103–17.
- Pratiwi Arbaini, zakaria wahab, marlina widiyanti. (2020) *pengaruh consumer online rating dan review terhadap keputusan pembelian pada pen gunamarketplace tokopedia* ". *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7(1), 25–33.

- Prawiyogi, A. G., Sadiyah, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021).” *Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Membaca di Sekolah Dasar*”. Jurnal Basicedu, 5(1), 446–452. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.787>
- Priangga, Ilham, and Fansuri Munawar. 2021. “*Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Di Lazada (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Bandung)*.” Jurnal Bisnis Manajemen & Ekonomi 19(2): 399– 413.
- Puspita, Y. D., & Setyowati, W. (2023). *Determinan Keputusan Pembelian Dimediasi Kepercayaan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Grabfood Di Kota Bandung*. Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis, 11(1), 102–115. <https://doi.org/10.35829/magisma.v11i1.283>
- Putri, O. M., & Wijaksana, T. I. (2021). “*Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Purchase Decision Pada Konsumen Produk Wardah Melalui Marketplace Shopee*. “Journal E-Proceeding of Management, 8(5), 6394–6403.
- Ragatirta, Laurensius Panji, and Tiningrum Erna. 2020. “*Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Rown Division Surakarta)*.” Jurnal Manajemen Bisnis dan pendidikan 7(2).
- Rahmawati, A. I. (2021).” *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. <https://doi.org/10.26877/jibeka.v1i1.3>
- Ramadhana, Risya, and Monry Fraick Nicky. 2022. “*Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee: Influence Of Online Customer Review On Purchase Decisions On The .*” Prospek 1(1): 157–66. <https://ojs.mahadewa.ac.id/index.php/prospek/article/view/1741>.

- Regina Dwi Amelia, Michael Michael, and Rachman Mulyandi. 2021. "*Analisis Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Kecantikan.*" *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi* 2(2): 274–80. doi:10.36418/jist.v2i2.80.
- Renaningtyas, Almira Ratih, Aulia Dwi Wahyuni, and Lita Oktarina. 2022. "*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen : Promosi , Harga Dan Produk.*" *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 3(5): 522–29.
- Rini, Yanti Fitri, Harry Wahyudi, and Amrullah. 2022. "*Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Bibli Di Kota Padang.*" *Seminar Nasional Riset Ekonomi dan Bisnis 2022*: 379.
- Sari, W. H. P., Efendi, A., & Saptiani, F. (2021). "*Pengaruh Promosi, Online Customer Review, Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Marketplace Shopee Di Indonesia)*". *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 1(6), 365–375. www.kompas.com
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). "*Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado*". *Jurnal EMBA*, 7(1), 881–890. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/22916>
- 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
<https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/download/4054/2644>
- Siti Noor Aisyah, and Syaiko Rosyidi. 2023. "*Pengaruh Persepsi Harga, Customer Review, Customer Rating Dan Promosi Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee.*" *Jurnal Kompetitif*
- Sonie Mahendraa, P. E. (2022). "*Pengaruh Online Customer Review, Rating Dan Influencer Terhadap keputusan Pembelian Pakaian Casual Pada Marketplace*". *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 21–28.

- Sri Wdyanti Hastuti, Maria Agatha, and Muhammad Anasrulloh. 2020. “*Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.*” *Jurnal Ilmiah Ecobuss* 8(2): 99–102. doi:10.51747/ecobuss.v8i2.622.
- Steven, & Rakhman A. (2023). “*Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan pembelian Pengguna Online Marketplace Tokopedia.*” *Global Research on Economy, Business, Communication and Information*, 1(1), 14–23.
- Sugiyono. 2022. “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*”. Bandung: Alfabet ,CV.
- 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>
- Todar, Mutiara Priskilla, Altje Tumbel, and Rotinsulu Jopie Jorie. 2020. “*Pengaruh Persepsi Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Galon Merek AQUA.*” *Jurnal EMBA* 8(3): 134–43.
- Tolan, M. S., Pelleng, F., & Punuindoong, A. Y. (2021).” *Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado)*”. *Productivity*, 2(5), 360–364.
- Ulhab, Nafidal. 2022. “*Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Bolo Kabupaten Bima).*” *Jurnal PenKoMi:kajian pendidikan & Ekonomi* 5(1): 62–74.
- Umma, Naritsul, and Rifda Nabila. 2023. “*Pengaruh Online Customer Review, Citra Merek Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Shopee Generasi Z).*” *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah* 10(1): 30–

47. doi:10.19105/iqtishadia.v10i1.8407.

Usmandi, U., Bukhori, M., & Agustina, T. (2023).” *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Abc Mocca Di Bangka Belitung*”. Jurnal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.32815/jiram.v1i1.15>

Uswatun Hasanah, Hery Pudjoprastyono, Wilma Cordelia Izaak. 2023. “*Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Jawa Timur)*.” Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ) 4(5) <https://doi.org/10.37385/msej.v4i6.2065>

Wandira, A., & Rahman, T. (2021). “*Islamic Branding , Viral Marketing , Online Consumer Review , and Purchasing Decision*” : The Mediating Role of Purchase Intention. 323–337.

Wijayati Hasna , Widhiyoga Ganjar, Rachmawati Indriyana. 2024.” *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*.” Herma Adam. Bantul-yogyakarta: PT Anak Hebat Indonesia.

Yaldi, Effiyaldi, Johni Paul Karolus Pasaribu, Eddy Suratno, Melani Kadar, Gunardi Gunardi, Ronald Naibaho, Selfi Kumara Hati, and Vira Aryati Aryati. 2022. “*Penerapan Uji Multikolinieritas Dalam Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia*.” Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan (JUMANAGE) 1(2): 94–102. doi:10.33998/jumanage.2022.1.2.89.

Yam, Jim Hoy, and Ruhayat Taufik. 2023. “*Hipotesis Penelitian Kuantitatif*.” (August 2021). doi:10.33592/perspektif.v3i2.1540.

Yunanta, A. J. (2024).” *Pengaruh Promosi, Rating, Dan, Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Online Shop Tokopedia (Studi Pada Mahasiswa S1 Stiesia Surabaya)*” Suwitho Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. 1–17.

- Yunitarini, Siti, and Wenti Ayu Sunarjo. 2023. “*Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Di Shopee.*” *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Bisnis (Senesis) 2023* 5(2016): 433–41.
- Yurindera, N. (2022).” *Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Online Customer Review serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian di Sayurbox.*” *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 8(2), 143–150. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v8i2.833>
- Zainuddin iba, Aditya Wardhana. 2024.” *Oprasionalisasi Variabel ,Skala Pengukuran & Instrumen Penelitian Kualitatif*”. Ed. Mahir Pradana. Jawa Tengah: Eureka Media Aksara.
- Zed, Etty Zuliawati, Yunita Ramadhani Ratnaningsih, and Tri Mulyani Kartini. 2023. “*Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Cikarang.*” *Mirai Management* 1(1): 14–23.
- Zhang, K.-S., Chen, Z.-Q., Lee, Y.-D., & Jung, C. (2021). “*Research On The Influence Of Negative Online Comments On Consumers’ Purchase Intention.*” *The International Journal of Organizational Innovation*, 13(4), 10–21. <https://www.ijoi-online.org/>