

DAFTAR PUSTAKA

- Abimanyu, R., & Hermana, C. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Cashback Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Januari, 9(1), 398–408. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7545920>
- Adriani Faradita, P., & Widjajanti, K. (2023). PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOKOPEDIA. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(2), 543–554.
- Afidah, N., Krisdianto, D., & Chanafi, A. (2023). 20750-57875-1-PB.
- Aisyah Qadri Saiful, N., Sudirman, Nurlia, T., Angraini, D., & Haris Ependi, N. (2023). Influence of Online Customer Reviews on Purchasing Decisions at the Radjawali.Id Online Shop in Jakarta Barat. *MANAGER: Journal of Management and Administration Science*, 2(2), 169–177. <https://doi.org/10.58738/manager.v2i2.515>
- Aldrin, F. R., & Widiyanesti, S. (2023). Peran Keputusan Pembelian Memediasi Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee. *EProceedings ...*, 10(2), 1032–1041. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/19834/19200>
- Amelia Gani, I., Wahyu Fitriadi, B., & Muhamad Pauzy, D. (2023). The Influence Of Online Consumer Review, Online Consumer Rating And Price Perceptions On Purchasing Decisions Wardah lip product on the shopee marketplace (Survey on Wardah Lip Product Consumers in Tasikmalaya). *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Bisnis Digital*, 2(2), 267–274.
- Asri, B., Pradana, Y., Ali, H., Bhayangkara, U., & Raya, J. (2023). Pengaruh Online Customer Rating, Persepsi Harga dan Loyalitas Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 1, 1671–1682. <https://journal.csspublishing/index.php/ijm>
- Cintia Yolandita, E. N. W. S. M. (n.d.). Daya tarik iklan tidak berpengaruh.
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurja*, 1(1), 15–30. <https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jimen/article/view/2>

- Dzulqarnain, I. (2019). PENGARUH FITUR ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA MARKETPLACE SHOPEE SKRIPSI Diajukan guna memenuhi salah satu persyaratan dalam mendapatkan gelar Strata Satu (S1) Ilmu Administrasi Bisnis.
- Ekonomi, F., Ilmu, D. A. N., Islam, U., Sultan, N., & Khasim, S. (2020). PENGARUH DISPLAY DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP DI MTC GIANT PANAM. 11671200380.
- Fauziah, Y., Dwikotjo Sri Sumantyo, F., & Ali, H. (2023). Pengaruh Online Consumer Review, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 48–64. <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i1.118>
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 9). Badan Penerbit- Undip .
- Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2020). Hariyanto dan Trisunarno (2020). *JURNAL TEKNIK ITS*, Vol. 9, No. 2(: 2337-3539).
- Hariyanto, T. (n.d.). Hariyanto dan Trisunarno (2020).
- Hasna Nadiya, F., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). <http://prosiding.unimus.ac.id>
- Herlambang, F., Gunawan, W. H., Manajemen, P. S., & Kuningan, U. (2023). Customer Ratings in the Shopee Marketplace Using Consumer Trust as an Intermediate Variable and Their Influence on Purchase Decisions (West Java community survey). 6(2), 869–883.
- Jackson, R. S. W. (2013). iogi2018,+3+Jackson+R.S.+Weenas. *Jurnal EMBA*, Vol.1 No.4, 607–618.
- Julianti, Y. A. (2022). adrianhnd-3.-juli-99-106-converted. Vol. 11.
- Jurnal, H., Nihmatus Solikhah, A., Krishernawan, I., Ekonomi, F., Al-Anwar Mojokerto Fakultas Ekonomi, S., & Al-Anwar Mojokerto, S. (2022). *JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI DAN MANAJEMEN BISNIS*. Juli, 2(2), 154–166.
- Maisarah Batubara, Sunaryo, & Tambunan, I. A. (2022). 635-Article Text-2594-1-10-20230118. Vol 4 No 1.

- Manuaba, I. A. P. P., & Ina Oktaviana Matusin. (2023). ANTESEDEN DARI ACTUAL PURCHASE PADA E-COMMERCE. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2), 2851–2862. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i2.17733>
- Mari Ci, A. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH DI GOLDEN CITY RESIDENCE KOTA BATAM.
- Mendur, M. E. M., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Immanuel Sonder. *Jurnal Emba*, 9(3), 1079. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/35296/33013>
- Muslikh, R. M., & Santoso, R. (2024). PENGARUH PERSEPSI HARGA, E SERVICE QUALITY DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA. 1192, 84–93.
- Nabilah, I., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). PERAN INFLUENCER DALAM KONTEN MARKETING DAN. 2, 2791–2805.
- Nisa, K., & Soebiantoro, U. (2023). *Jurnal E-Bis : Ekonomi Bisnis Beauty Vlogger Review* , Kualitas Produk , Dan Persepsi Harga Terhadap. 7(2), 705–716.
- Nita, L., Pasi, K., & Sudaryanto, B. (2021). ANALISIS PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEWS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Konsumen Shopee di Kota Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 10(3). <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Nurul Fitri, M., & Wijayanto, G. (2021). PENGARUH ONLINE CONSUMER REVIEW DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP CITRA MEREK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK CREAMATTE EMINA DI KOTA PEKANBARU The Effect of Online Consumer Review and Product Quality on Brand Image And Purchase Decisions on Emina Creamatt. In Juli-Desember (Vol. 8).
- Pardede, R. (2017). PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN Kualitas Produk. *Jurnal of Business & Applied Management*, 10(1), 55–79.
- PENGARUH_KUALITAS_PRODUK_DAN_BRAND_IMAGE_TERHADAP_. (n.d.).
- Pratiwi, H. I. (2021). PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE (Studi Kasus Pada Warga Surabaya Timur).

- Purwaningsih, I., & Munir Rachman, M. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN WOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK EMINA.
- Putera, K. B. E., Nanis, S., & IB, C. (2021). KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA. 1–7.
- Rahma, F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan , Lokasi dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. 4(2), 143–151.
- Rahmawati, A. I. (2021). online cust review tidak berpengaruh. Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi Kreatif, Vol 1(No 1), 18–23.
- Rissal, S. D. (n.d.). Naskah Publikasi_Safira D.Rissal (159).
- Rosanti, N., Karta Negara Salam, & Panus. (2021). The Effects of Brand Image and Product Quality on Purchase Decisions. Quantitative Economics and Management Studies, 2(6), 365–375. <https://doi.org/10.35877/454ri.qems360>
- Saputri, S. A., & Novitaningtyas, I. (2022). 243-1026-1-PB. Vol. 15 No. 1.
- Siti Nuraeni, Y., & Irawati, D. (2021). Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen THE EFFECT OF ONLINE CUSTOMER REVIEW, QUALITY PRODUCT, AND PROMOTION ON PURCHASING DECISION THROUGH SHOPEE MARKETPLACE (A CASE STUDY OF UBSI COLLEGE STUDENT) (Vol. 9, Issue 4). <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/index>
- Soetanto, J. P., Septiana, F., & Febry, T. (2020). performa,+08+James+Prabowo+Soetanto. Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis, Volume 5, Nomor 1.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan RnD (Edisi 13). Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan RnD (Cetakan ke-26). Penerbit Alfaberta .
- Supriyadi, W. W. G. I. K. . (2017). PENGARUH_KUALITAS_PRODUK_DAN_BRAND_IMAGE_TERHADAP_. Jurnal Bisnis Dan Manajemen, Vol. 4 No.1.
- Suryani, M., Adawiyah, N. N., & Beliya, E. (2022). Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Sociolla Pada Masa Pandemi Covid-19. Formosa Journal of Multidisciplinary Research (FJMR), 1(1), 49–74. <https://doi.org/10.55927>

- Walyoto, S., Sujarwati, S., Manajemen, P., Syariah, B., Uin, F., Mas, R., & Surakarta, S. (2022). Pengaruh Pemasaran Syariah Media Sosial, Kualitas Produk, Harga, dan Review Pelanggan Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 2210–2220. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5958>
- Welsa, H., Dwi Cahyani, P., & Alfian, M. (2022). Pengaruh online customer review, social media marketing dan kemudahan terhadap keputusan pembelian secara online melalui marketplace. In *Online) JURNAL MANAJEMEN* (Vol. 14, Issue 2).
- Widyana, S. F., & Permatasari, P. E. (2023). 3021-Article Text-5805-1-10-20230712. *Volume 13, Nomor 1(2087–3077)*, 46–64.
- Wulan Sari, F., Nur Zaroni, A., & Fadhilah, N. (2022). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli E-Commerce Tokopedia (Studi Kasus Generasi Muslim Millennial Di Samarinda). In *BIFEJ* (Vol. 2, Issue 2).
- Wulandari, T. (2016). ANALISIS PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN MAHASISWA MELALUI EKUITAS MEREK POLITEKNIK PERDANA MANDIRI DAN SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI DAN BISNIS (STIEB) PERDANA MANDIRI PURWAKARTA.
- Yanti, R. F., & Wahyudi, H. (2022). SIMBA SEMINAR INOVASI MANAJEMEN BISNIS DAN AKUNTANSI 4 Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA) 4 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PEL. September 2022.