

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad, R. 2021. *Pengaruh Harga Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT Utama Sejuk Abadi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Wiyatamandala.
- Arnold, Mohamad Dion Setiawan; Wolok, Tineke; Juanna, A. (2020). *No Title*. 3(1), 22–28.
- 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.
- Firmansyah, A. (2019). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Penerbit Qiara Media.
- Fransiska Vania Sudjarmika. (2017). *Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.Com*. *Ekonomi Bisnis*, 17(1), 1–12. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/PE/article/view/86/49>
- Harianto, A. O., & Yucha, N. (2022). *Pengaruh Digital Marketing Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Di E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Umaha*. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 4(1), 40. <https://doi.org/10.51804/iej.v4i1.1663>
- Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2021). *Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko Online di Shopee*. *Jurnal Teknik ITS*, 9(2). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v9i2.56728>
- Ichsan, M., & Jumhur, J. (2018). *Pengaruh Consumer Online Rating and Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia Di Wilayah Dki Jakarta Effect of Consumer Online Rating and Review To Buying*. *E-Proceeding of Management*, 5(2), 1828–1835.

- Khafidhoh, N. H. I., & Hartono, B. (2023). *Pengaruh Event, Iklan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shopee Di Semarang*. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 3(1), 184–190. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v3i1.365>
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). *Pengaruh Online Costumer Review dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla*. *Jurnal Mirai Managemnt*, 6(1), 139–154.
- 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>
- Napitupulu, R. B., Sirait, C. B., & Zega, Y. (2022). *Pengaruh Iklan Dan Promosi Penjualan Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Darma Agung Medan*. *Jurnal Global Manajemen*, 11(1), 40. <https://doi.org/10.46930/global.v11i1.1563>
- Ningsih, H. R., & Cahya, S. B. (2022). *Pengaruh Sales Promotion Dan Online Customer Experiences Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Aktif Feb Unesa)*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(2), 1689–1700. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n2.p1689-1700>
- 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.
- Rakhma, A. F., Pardiman, & Hatneny, A. I. (2021). *Pengaruh Product Knowledge, Brand Image, Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee (Studi pada Customer Marketplace Shopee di Malang)*. *Jurnal Riset Manajemen*, 2020, 115–125.
- Ramadan, F., Hafid, H., & Muhammadiyah, S. (2021). *Pengaruh online customer review dan e-service quality terhadap keputusan pembelian melalui marketplace*. *Forum Ekonomi*, 23(3), 405–412. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUMEKONOMI>

Rizqillah, M., & Kurniawan, P. H. (2020). *Pengaruh Promosi, Kualitas dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perlengkapan Bayi Snobby Di Kota Batam*. *Jurnal Ilmiah Core It*, x, 95–106.

Rumbiati. (2021). *Personal Selling dan Sales Promotion dalam Keputusan*. 1(2).
Sakiana, D., Student, M. T., Kumar, R. R., Ommments, R. E. C., Prajapati, A., Blockchain, T.-A., MI, A. I., Randive, P. S. N., Chaudhari, S., Barde, S., Devices, E., Mittal, S., Schmidt, M. W. M., Id, S. N. A., PREISER, W. F. E., OSTROFF, E., Choudhary, R., Bit-cell, M., In, S. S., ... Fellowship, W. (2021). *Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, E-Service Quality, E-Trust dan Hargaterhadap Keputusan Membeli Pada Konsumen Marketplace Shopee Di Surabaya*. *Frontiers in Neuroscience*, 14(1), 1–13.

Sari, F. P. (2021). *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Online Di E-Commerce Pada Mahasiswa UMSU*. *Ekonomi Dan Bisnis*, 82.

Supriyanto, A., & Widiyanto, G. (2022). *Pengaruh Promosi, Ulasan Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Lucky Beauty Store*. *EMaBi: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 41–55. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/emabi/article/view/1249>

Tolan, M. S. (2021). *Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado)*. 2(5), 360–364.

Tua, G. V. M., Andri, & Andariyani, I. M. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di Cv. Citra Nauli Electricsindo Pekanbaru*. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(04), 140–154. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.266>