

## DAFTAR RUJUKAN

- Abd.Mukhid. *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Surabaya: Jakad Media Publishing, 2021.
- Abdul Kohar Septyadi, Muhammad, Mukhayati Salamah, and Siti Nujiyatillah. "Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi." *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3, no. 1 (2022): 301–13. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>.
- Aisah, Siti. "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Transaksi Shopee Paylater," 2022.
- Anggraini, Windi, Berlintina Permatasari, and Almira Devita Putri. "Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop." *Jurnal Technobiz* 6, no. 2 (2023): 86–96.
- Arfah, Y, B Nasution, and R J Siregar. *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional, 2022. <https://books.google.co.id/books?id=nTxIEAAQBAJ>.
- Dafa, Ganang Satria Muhammad, and Devilia Sari. "Pengaruh Electronic Word Of Mouth Di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Pelanggan (Studi Kasus Pada 372 Kopi Dago Pakar Di Bandung)." *E-Proceedings of Management* 8, no. 2 (2021): 1282–91.
- Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), 63.
- Dhiraj Kelly Sawlani. *Keputusan Pembelian Online Kualitas Website, Keamanan Dan Kepercayaan*. Edited by Dhiraj Kelley Sawlani. 1st ed. Surabaya: Scopindo media pustaka, 2021.
- Ependi, Heru, and Reza Widhar Pahlevi. "Keputusan Pembelian Mahasiswa Pada Produk Online Shop Shopee Dan Faktor Penentunya." *Journal Competency of Business* 5, no. 1 (2021): 118–34. <https://doi.org/10.47200/jcob.v5i1.879>.
- Fanji, Fanji Wijaya, Puji Miranti Oktaviana, and Fanji Wijaya. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk UMKM Basreng Sultan Bandung." *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis* 5, no. 1 (2024): 126–42. <https://doi.org/10.47747/jismab.v5i1.1630>.
- Faradita, Putri Adriani, and Kesi Widjajanti. "Pengaruh Online Customer Review, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia." *Solusi*

- 21, no. 2 (2023): 543. <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i2.6333>.
- Firdaus, M. *Ekonometrika: Suatu Pendekatan Aplikatif*. Bumi Aksara, 2021. [https://books.google.co.id/books?id=xIc\\_EAAAQBAJ](https://books.google.co.id/books?id=xIc_EAAAQBAJ).
- Firdaus, Mukhammad, Siti Aisyah, and Eka Farida. "Pengaruh Customer Review, Customer Rating, Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Melalui Kepercayaan Di Online Shop Shopee." *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)* 4, no. 1 (2023): 67–83. <https://doi.org/10.37631/ebisma.v4i1.874>.
- Graciafernandy, Maria Augustine, and Rahmatun Nisa Almayani. "Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Online Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee." *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 5, no. 1 (2023): 97–106. <https://doi.org/10.46918/point.v5i1.1800>.
- Hamidah, Subairi dan Zahrotus Nailil. "Penerapan Jual Beli Akad Salam Dan Istishna' Dalam Layanan Shopee." *Al-Mansyur: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Syariah* 2, no. 2 (2023): 59–79. <https://ejournal.stainumalang.ac.id/index.php/AlMansyur/article/view/82>.
- Handriani, Aan. "Perlindungan Konsumen Dalam Perjanjian Transaksi Jual Beli Online." *Pamulang Law Review* 3, no. 2 (2020): 127–38.
- Harahap, Dedy Ansari, and Dita Amanah. "Memahami Impulsif Buying Dalam Proses Keputusan Pembelian Konsumen." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa* 19, no. 01 (2022): 31–55. <https://doi.org/10.29313/performa.v19i01.9719>.
- Harli, Izzatul Islami, Ali Mutasowifin, and M. Syaefudin Andrianto. "Pengaruh Online Consumer Review Dan Rating Terhadap Minat Beli Produk Kesehatan Pada E-Marketplace Shopee Selama Masa Pandemi COVID-19." *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia* 4, no. 4 (2021): 558–72. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.205>.
- Hartanto, B, and L Indriyani. *Minat Beli Di Marketplace Shopee*. PT Inovasi Pratama Internasional, n.d. <https://books.google.co.id/books?id=iP56EAAAQBAJ>.
- Hudani, Amalina. "Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Social, Dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian." *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)* 1, no. 2 (2020): 99–107. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i2.195>.
- Ilmiyah, Khafidatul, and SM Indra Krishernawan. *Motivasi Berbelanja Di Marketplace Shopee*, 2017.
- Juhana, D, A T Komara, I Sidharta, B Suzanto, E Efitra, and N Dihniah. *Pengantar E-Commerce Dan Platform Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.

<https://books.google.co.id/books?id=9rsFEQAAQBAJ>.

Laeli, R. N, and R. E Prabowo. "Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Tagline 'Gratis Ongkir' Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee Marketplace." *SEIKO : Jurnal Manajemen & Bisnis* 5, no. 2 (2022): 306–14.

Lestari, Putri, and Muchammad Saifuddin. "Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19." *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)* 3, no. 2 (2020): 23–31. <https://doi.org/10.15642/manova.v3i2.301>.

Lidiawati, Lidiawati, Hilmiati Hilmiati, and Muhammad Mujahid dakwah. "Vol 2 No.3 Sept PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA APLIKASI TIKTOK SHOP DI KOTA MATARAM." *Jurnal Riset Pemasaran* 2, no. 3 (2023): 41–46. <https://doi.org/10.29303/jrp.v2i3.3283>.

Luh Kadek Budi Martini, Ejasa Sembiring, and Frandy Paulus. "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, no. 1 (2022): 15–24. <https://doi.org/10.51713/jamas.v4i1.67>.

Mamondol, M R, and S M PUSTAKA. *DASAR-DASAR STATISTIKA*. SCOPINDO MEDIA PUSTAKA, 2021. <https://books.google.co.id/books?id=qmwqEAAAQBAJ>.

Marbun, Maulina Br, Hapzi Ali, and Fransiskus Dwikoco. "Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran)." *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3, no. 2 (2022): 716–27. <https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/1134>.

Marlius, Doni, and Nadilla Jovanka. "Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji." *Jurnal Economina* 2, no. 2 (2023): 476–90. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.326>.

Maulana, Fajar Rezky, Nevi Hasnita, and Evriyenni Evriyenni. "Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah." *JIHBIZ :Global Journal of Islamic Banking and Finance*. 2, no. 2 (2020): 124. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v2i2.8644>.

Mokodompit, Hana Yoflike, S. L. H. V Joyce Lopian, and Ferdy Roring. "Pengaruh

- Online Customer Rating, Sistem Pembayaran Cash on Delivery Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Dan Alumni Equil Choir Feb Unsrat).” *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 10, no. 3 (2022): 975. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43393>.
- Mufid Suryani, Nida Nusaibatul Adawiyah, and Erlin Beliya Syahputri. “Pengaruh Harga Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Sociolla Pada Masa Pandemi Covid-19.” *Formosa Journal of Multidisciplinary Research* 1, no. 1 (2022): 49–74. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i1.416>.
- Nasution, Asrizal Efendy, and Dela Ardila. “Repurchase Decision : Online Customer Reviews and Flash Sales Mediated by E-Satisfaction at E-Commerce Shopee in Medan” 2, no. 1 (2024): 48–62.
- Ngadimen, Ahmad Nurrokhim, and Emy Widyastuti. “Pengaruh Social Media Marketing, Online Customer Review, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee Di Masa Pandemi Covid-19 Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening.” *Journal of Management and Digital Business* 1, no. 2 (2021): 122–34. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v1i2.134>.
- Nurliyanti, Nurliyanti, Anestesia Arnis Susanti, and Baruna Hadibrata. “Pengaruh Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Strategi Marketing Manajemen).” *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik* 2, no. 2 (2022): 224–32. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i2.982>.
- Oktavia, Windy, and Adi Sucipto. “Rancang Bangun Aplikasi E-Marketplace Untuk Produk Titik Media Reklame Perusahaan Periklanan (Studi Kasus: P3I Lampung).” *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi (JTSI)* 2, no. 2 (2021): 8–14.
- Ovaliana, Wiharti Dwi, and Mahfudz. “Pengaruh Online Customer Review Dan Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen Dan Keputusan Pembelian Make Over Pada Marketplace Shopee Di Kota Semarang.” *Diponegoro Journal of Management* 11, no. 3 (2022): 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.
- Priangga, Ilham, and Fansuri Munawar. “Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Lazada (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Bandung).” *Jurnal Bisnis Manajemen & Ekonomi* 19, no. 2 (2021): 399–413.
- Putra, I Wayan Govinda Gotama, and Gede Sri Darma. “Menakar Strategi Govinda Sport Menyikapi Perubahan Perilaku Konsumen Dari Konvensional Ke Online Shopping.” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 10, no. 7 (2021): 714. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i07.p05>.

- Rahman, Arif Muluk. "Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia Di Kecamatan Medan Johor)." *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area*, 2022.
- Rahmawati, Anna Irma. "Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas Pgris Semarang)." *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Ekonomi Kreatif* 1, no. 1 (2021): 18–23. <https://doi.org/10.26877/jibeka.v1i1.3>.
- Rahmi Ramadhani, S.P.I.M.P., and S.P.M.P. Nuraini Sri Bina. *Statistika Penelitian Pendidikan: Analisis Perhitungan Matematis Dan Aplikasi SPSS*. Jakarta: Prenada Media, 2021.
- Ramadan, Fitra, Haeruddin Hafid, and Stie Muhammadiyah. "Pengaruh Online Customer Review Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace." *Forum Ekonomi* 23, no. 3 (2021): 405–12. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUMEKONOMI>.
- Rehatalanit, Y L R. "Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis." *Jurnal Teknologi Industri* 5, no. e-commerce (2021): 1–8. <https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jti/article/view/764>.
- Rintasari, Dias, and Naili Farida. "Pengaruh E-Trust Dan E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction (Studi Pada Pengguna Situs E-Commerce C2C Shopee Di Kabupaten Sleman)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 9, no. 4 (2020): 539–47. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28803>.
- Saprida, Saprida. "Akad Salam Dalam Transaksi Jual Beli." *Mizan: Journal of Islamic Law* 4, no. 1 (2018): 121–30. <https://doi.org/10.32507/mizan.v4i1.177>.
- Sari, Dila Purnama, and Euis Soliha. "Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian E-Commerce Tokopedia." *Proceeding SENDIU Journal*, no. 2013 (2021): 341–48.
- Shafa, Pradika Muthiya, and Jusuf Hariyanto. "Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Berbelanja Online Melalui Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Bekasi)." *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 2020, 1–18.
- Sofiani, Sofiani. "Pengaruh Online Review Terhadap Keputusan Menginap Di Jejaring Hotel Lokal Terbesar Di Indonesia Santika Grup." *Bogor Hospitality Journal* 4, no. 1 (2022). <https://doi.org/10.55882/bhj.v4i1.8>.
- Subairi dan Zahrotus Nailil Hamidah, "Penerapan Jual Beli Akad Salam Dan Istishna'

Dalam Layanan Shopee,” *Al-Mansyur: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Syariah* 2, no. 2 (2023): 59–79, <https://ejournal.stainumalang.ac.id/index.php/AlMansyur/article/view/82>.

Suryawan, Tjokorda Gde Agung Wijaya Kesuma, I Komang Sumerta, I Gede Alan Vantara, and Sharmini Abdullah. “The Impact of Online Reviews and Ratings toward Shopee’s Customer Purchase Intention in Gianyar Regency.” *JBTI: Jurnal Bisnis: Teori Dan Implementasi* 13, no. 3 (2022): 176–92. <https://doi.org/10.18196/jbti.v13i3.16655>.

Susiawati, Wati. “Jual Beli Dan Dalam Konteks Kekinian.” *Jurnal Ekonomi Islam* 8, no. 2 (2017): 171–84.

Sya’idah, Evi Husniati. “Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian.” *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)* 5, no. 3 (2020): 204. <https://doi.org/10.32503/jmk.v5i3.1106>.

Tresnasih, Marlina. “Pengaruh Online Costumer Review Dan Layanan Cash on Delivery Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee.” *JISMA: Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Dan Akuntansi* 1, no. 4 (2022): 403–8. <https://doi.org/10.59004/jisma.v1i4.107>.

Werdani, Riandhita Eri, Nurul Imani Kurniawati, Johan Bhimo Sukoco, Anafil Windriya, and Dian Iskandar. “Pelatihan Pemasaran Produk Homemade Melalui Sosial Media.” *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)* 4, no. 1 (2020): 1. <https://doi.org/10.30595/jppm.v4i1.4655>.

Wijaya, Suparna, and Adam Panchar Nirvana. “Value Added Tax of Trading Through Electronic Systems (Case Study Pt Shopee International Indonesia).” *Bilancia: Jurnal Ilmiah Akuntansi* 5, no. 3 (2021): 245–56. <https://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/BILANCIA/index>.

Yurindera, Novan. “Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Online Customer Review Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Di Sayurbox.” *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)* 8, no. 2 (2022): 143–50. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v8i2.833>.