

DAFTAR PUSTAKA

- Agesti, N., Ridwan, M. S., & Budiarti, E. (2021). International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding The Effect of Viral Marketing , Online Customer Review , Price Perception , Trust on Purchase Decisions with Lifestyle as Intervening Variables in the Marketplace Shopee in Surabaya C. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 8(3), 496–507. <http://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v8i3.2526>
- Anwar, R. N., & Wardani, W. A. (2023). *Pengaruh electronic word ofmouth dan country oforigin terhadap purchase decision produk skincare lokal serum wajah Somethinc*. 5(12).
- 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.
- Arsita, Y., Nugrahaningsih, H., & Kuraesin, E. (2023). Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Ecinqurais@gmail.com. *Indonesian Journal of Innovation Multidisipliner Research*, 1(E-ISSN: 3025-0994), 232–237.
- Ayesha, I., Pratama, I. W. A., Hasan, S., Amaliyah, Effendi, N. I., Yusnanto, T., Diwyarthi, N. D. M. S., Utami, R. D., Firdaus, A., Mulyana, M., Fitriana, Norhidayati, & Egim, A. S. (2022). Digital Marketing (Tinjauan Konseptual). In R. Wujarso (Ed.), *Pt. Global Eksekutif Teknologi* (1st ed.). Pt. Global Eksekutif Teknologi.
- Ayu, S., & Lahmi, A. (2020). Peran e-commerce terhadap perekonomian Indonesia selama pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(2), 114. <https://doi.org/10.24036/jkmb.10994100>
- Compas.co.id. (2022). *10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace*. Compas.Co.Id. <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>
- Damayanti, R. S. (2019). PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW AND

- RATING, E-SERVICE QUALITY DAN PRICE TERHADAP MINAT BELI PADA ONLINE MARKETPLACE SHOPEE (Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Magelang). *UMMagelang Conference Series*, 684–693.
<https://journal.unimma.ac.id/index.php/conference/article/view/3559>
- databoks.katadata.co.id. (2023). *Rata-rata Jumlah Kunjungan ke 5 Situs E-Commerce Terbesar di Indonesia (Kuartal I-Kuartal II 2023)*. Katadata.Id.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/07/pengunjung-shopee-dan-blibli-naik-pada-kuartal-ii-2023-e-commerce-lain-turun>
- DEPARI, G. S., & Ginting, N. (2022). the Influence of Online Customer Review and Perceived Quality Toward Customer Purchase Decision At Lazada Online Retail Company. *Jurakunman (Jurnal Akuntansi Dan Manajemen)*, 15(1), 1. <https://doi.org/10.48042/jurakunman.v15i1.84>
- Feby, D. (2021). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING” (Studi Kasus di Kota Semarang)*. 2019.
- Gabriela, Yoshua, & Mulyandi, M. R. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Pelanggan E-Commerce. *Jurnal Jempper : Jurnal Ekonomi, Manajemen Parawisata Dan Perhotelan*, 1(1), 121–125.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (I)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2020). 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), 71–78.
<https://doi.org/10.1145/1133890.1133898>
- Hasrul, A. F., Suharyati, & Sembiring, R. (2021). Analisis pengaruh online customer review dan rating terhadap minat beli produk elektronik di tokopedia. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*

V, 2(1).

- Junita, A., Musnaini, Wijoyo, H., & Indrawan, I. (2020). *Bisnis Digital* (N. Falahia (ed.); 1st ed.). CV. PENA PERSADA.
- Khoiriyah, U. (2018). E-Commerce dalam Hukum Islam: Studi Analisis Atas Pandangan Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo. *Istidlal: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*, 2(2), 120–135. <https://doi.org/10.35316/istidlal.v2i2.112>
- Komariyah, D. I. (2022). Pengaruh Online Customer Riview dan Rating Terhadap Minat Pembelian Online Shopee (Studi Kasus Pada Santri Putri Pondok Pesantren Salafiyah Syafi'iyah Seblak Jombang). *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 4(2), 343–358. <https://doi.org/10.33752/bima.v4i2.410>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Marketing Management MARKETING MANAGEMENT Marketing Management. In *Pearson Practice Hall*.
- Laili Hidayati, N. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 06(3), 77–84.
- Maulana, A., & Lestariningsih, M. (2021). *PENGARUH HARGA , BRAND AMBASSADOR DAN KUALITAS PRODUK*.
- Mawa, S. F., & Cahyadi, I. F. (2021). Pengaruh Harga, Online Customer Review dan Rating Terhadap Minat Beli di Lazada (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2017). *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 9(2), 253. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v9i2.11901>
- Mehyar, H., Saeed, M., Al-Ja'afreh, H. B. A., & Al-Adaileh, R. (2020). The impact of electronic word of mouth on consumers purchasing intention. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 98(2), 183–193.
- MS, N. A., Sakti, D. P. B., & Mulyono, L. E. H. (2022). Pengaruh Viral Marketing Dan Online Customer Review Menggunakan Media Tiktok Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whittening. *Unram Management Review*, 2(2), 181–191. <https://doi.org/10.29303/ju.v2i2.258>

- Mudambi, S. M., & Schuff, D. (2010). What makes a helpful online review? A study of customer reviews on amazon.com. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 34(1), 185–200. <https://doi.org/10.2307/20721420>
- Munte, R. N., Girsang, R., & Safitri, A. (2020). Pengaruh Online Consumer Review Dan Rating Terhadap Kepercayaan Dan Minat Marketplace Shopee. *Jurnal Education and Development*, 8(3), 187–192. <https://journal.ipts.ac.id/index.php/ED/article/view/1910/996>
- Nugraha. (2022). *Implement Metode Regresi Linier Berganda Dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik* (I.A.S (ed.)). Pradina Pustaka.
- Prasetyo, A., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing* (Nadya Artha Fransiska (ed.); Cetakan pe, Issue 1). PT. Literindo Berkah Karya.
- Pratiwi, A. M. P., Pangiuk, A., & Ismail, M. (2023). Pengaruh Jual Beli Online E-Commerce Shopee Terhadap Minat Beli Saat Pandemi Covid-19 Pada Masyarakat Milenial. *Journal of Management and Creative Business*, 1(2), 1–18.
- Purbohastuti, A. W., & Hidayah, A. A. (2020). MENINGKATKAN MINAT BELI PRODUK SHOPEE MELALUI CELEBRITY ENDORSER. *Performa*, 4(1), 37–46. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i3.2528>
- Putri Nugraha, J., Al, D., Gairah Sinulingga, S., Rojiati, U., Gazi Saloom, Mk., Rosmawati, Ms., Fathihani, Ms., Mail Hilian Batin, M., Widya Jati Lestari, M., Khatimah, H., & Maria Fatima Beribe, C. B. (2021). *TEORI PERILAKU KONSUMEN* (M. T. Ahmad Jibril, S.T. & T (eds.); Cetakan 1). PT. Nasya Expanding Management.
- Rarung, J., Lumanauw, B., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh online customer review, online customer rating, dan customer trust terhadap customer purchase decision fcoffee dan roastery manado. *Jurnal EMBA*, 10(1), 891–899.
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen* (Cetakan I). Alauddin University Press.
- Regina Dwi Amelia, M. dan M. R. M. (2021). ANALISIS ONLINE CONSUMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE KECANTIKAN. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(2), 1–

7.

- Reveline, M., & Sitinjak, T. (2023). Pengaruh Brand Ambassador dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Skincare Scarlett Whitening Di Jakarta. *Kwik Kian Gie School of Business*, 1.
- Rinaja, A. F., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Word of Mouth, and Price Consciousness Terhadap Minat Beli Di Shopee. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(3), 435–448. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i3.345>
- Riyanjaya, N. A. A. S. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Minat Beli Produk Wardah di Situs Belanja Online Shopee. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(5), 909–926.
- Rohmatulloh, C., & Sari, D. (2020). THE INFLUENCE OF ONLINE CUSTOMER REVIEW ON PURCHASE INTENTION WITH TRUST AS INTERVENING VARIABLE IN SHOPEE. *Telkom University*.
- Safitri, K., & Widiati, E. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Rating, dan Kepercayaan terhadap Niat Beli Konsumen pada Aplikasi Tokopedia. *Manajerial: Jurnal Manajemen Dan Sistem Informasi*, 21(2), 153–160. <http://ejournal.upi.edu/index.php/manajerial/>
- Salim, Y. U., & Widaningsih, S. (2017). Analisis Minat Beli Konsumen Terhadap Program Kursus Bahasa Inggris Di Lembaga Kursus Bahasa Northern Light Education Center (Nlec) Bandung. *EProceedings of Applied Science*, 3(2), 521–527. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/3856/3647>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D (2nd Ed)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. alfabeta.
- Sutanto, M. A., & Aprianingsih, A. (2016). the Effect of Online Consumer

- Review Toward Purchase Intention: a Study in Premium Cosmetic in Indonesia. *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science*, 218–230. www.frobes.com,
- Tantrabundit, P. (2018). Influence of Online Review and Rating System towards Consumer Preferences in Hospitality Sector. *Journal of Business Diversity*, 18(4). <https://doi.org/10.33423/jbd.v18i4.248>
- Utomo, S. S., & Hidayah Nur. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pengguna Layanan Shopee Food Di Kota Magelang). *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*, 802–806.
- Yuliani, M. P., & Suarmanayasa, I. N. (2021). Pengaruh Harga Dan Online Consumer Review terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 146–154.
- Zhao, X. (Roy), Wang, L., Guo, X., & Law, R. (2015). The influence of online reviews to online hotel booking intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(6), 1343–1364. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-12-2013-0542>