

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>
- Agustien, P. A., & Iskandar, D. A. (2022). *Pengaruh Harga dan Customer Review Terhadap Minat Beli Produk Mascara Maybelline pada Pengguna Shopee Mall Indonesia*. 8(4).
- Akbar, M. F. (2020). The Influence of Product Quality and Price on Purchasing Decisions at Mitraindo South Tangerang Online Shop. *Jurnal Ad'ministrare*, 6(2), 237. <https://doi.org/10.26858/ja.v6i2.13557>
- Budiman, A., & Martini, N. (2023). The Influence of Online Customer Reviews and Online Customer Ratings on Purchasing Decisions Product electronics in the Shopee marketplace for the Karawang Regency Community. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 21(2), 82–92. <https://doi.org/10.31253/pe.v21i2.1823>
- Cahyono, Y. T., & Wibawani, I. D. (2021). *Pengaruh Harga , Online Customer Review , dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee*. 867–874.
- 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 Muhammadiyah Magelang). *Prosiding 2nd Business and Economics Conference In Utilizing of Modern Techonolgy*, 684–693.
- Databoks. (2023). *Pengunjung Shopee dan Blibli Naik pada Kuartal II 2023, E-Commerce Lain Turun*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/07/pengunjung-shopee-dan-blibli-naik-pada-kuartal-ii-2023-e-commerce-lain-turun>
- Fernando, A. D., & Mayliza, R. (2019). Pengaruh Persepsi Dan Preferensi

- Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Siap Saji Fried Chicken Pada D'Besto Di Kota Padang Cabang Siteba. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1–10. <https://osf.io/srg86>
- Gozali, & Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivarite Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, F. S. A. C. (2017). *Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang*. <https://osf.io/preprints/inarxiv/npjqh/>
- Handayani, N. T., & Usman, O. (2021). Quality Website on Purchase Decisions Online on Online. *Ssrn*, 1, 1–29. <https://ssrn.com/abstract=3768483>
- Hidayati, N. L. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 06(3), 77–84.
- kompas.com. (2022). *Fantastis! Hanya 2 Minggu Brand Lipstik Lokal Tembus Revenue Tertinggi di E-commerce, Siapa Jawara Pertama?* Kompas. <https://kompas.co.id/article/brand-lipstik-terlaris/>
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2016). *Prinsip-prinsip pemasaran* (12th ed.). Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2023). *Principles of Marketing* 19th Edition. In *Pearson*.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Boston, Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2023). A “missing” family of classical orthogonal polynomials. In *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical* (Vol. 44, Issue 8). <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Lestari, N., & Patrikha, F. D. (2022). Pengaruh Harga Dan Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Wanita Di Online Marketplace (Studi Kasus Pada Konsumen Di Surabaya). *Jurnal Pendidikan*

- Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1635–1642.
<https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1635-1642>
- Made, D., Purnama, F., Price, P. P., Design, P., Online, D., Review, C., Design, P., & Review, O. C. (2020). *PERCEIVED PRICE , PRODUCT DESIGN DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA PRODUK WARDAH DI*. 5(1), 81–89.
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, 2(2), 476–490. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.326>
- Melati, R. S., & Dwijayanti, R. (2020). PENGARUH HARGA DAN ONLINE CONSUMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CASE HANDPHONE PADA MARKETPLACE SHOPEE (Studi Pada Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(2), 882–888.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/45533/38529>
- Mokhtar, S. (2020). Pengaruh Word of Mouth dan Brand Image terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah di Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah Akmen*, 17(1), 35–43.
- Mulyana, S. (2021). *Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee di Pekanbaru*. 42.
- Nasional, P., & Novitariyanjaya, J. T. (2022). *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Minat Beli Produk Wardah di Situs Belanja Online Shopee*. 3(5), 909–926.
- Nigsih, H. R., & Cahya, S. B. (2022). Pengaruh Sale Promotion dan Online Consumer Review terhadap Keputusan Pembelian pada Shopee. *YUME: Journal of Management*, 5(2), 63–70.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/46719/39431>
- Nofiana, I., Samari, & Sardanto, R. (2022). *Analisis Harga, Online Customer Review, Dan Kepercayaan*. 874–884.
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2019). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus 212 Mart Cikaret. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 150–159.

<https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.345>

- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah. (2020). Pengaruh Harga , Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Jbe*, 1(1), 1–10.
- Putri, P. M., & Marlien, R. . (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25–36. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.510>
- Rahmawati, A. W., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. (2022). *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal Pengaruh Celebrity Endorser , Brand Image , Online Customer Review Dan E-Trust Terhadap Keputusan Pembelian pada Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*. 4(4), 1030–1043. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v4i4>.
- shoppe. (2023). <https://shopee.co.id/>
- Sugiarto, W. A., & Hanif, R. (2023). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI LAZADA*. 18(2), 606–617.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung, Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung, Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sumaa, S., Soegoto, A. S., & Samadi, R. L. (2021). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN IKLAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BELI DI E-COMMERCE SHOPEE (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS SAM RATULANGI MANADO)*. 9(4), 304–313.
- Suparyanto, & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. IN MEDIA Bogor.
- Susilowati, D. (2023). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer

- Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat Jakarta Barat). *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 1(3), 156–170. <https://e-journal.nalanda.ac.id/index.php/SAMMAJIVA/article/view/358>
- Syakira, S. N., & Moeliono, N. N. K. (2019). Pengaruh online consumer review oleh beauty vlogger suhay salim terhadap proses keputusan pembelian produk freeman feeling beautiful facial masks. *EProceedings of Management*, 6(2), 4412–4420.
- Tjiptono, & Fandy. (2016). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*.
- WIduri, I. L., MS, M., & Ramelan, M. R. (2022). The Effect of Online Customer Review and E-Service Quality on Consumer Purchase Decisions on the Marketplace Shopee in Bandar Lampung. *International Journal of Regional Innovation*, 2(3), 29–33. <https://doi.org/10.52000/ijori.v2i3.62>
- Yuliani, M. P., & Suarmanayasa, I. N. (2021). *Pengaruh Harga Dan Online Consumer Review terhadap Keputusan Pembelian Poduk pada Marketplace Tokopedia*. 3(2), 146–154.