

DAFTAR PUSTAKA

- Arda, M., & Andriany, D. (2019). ANALISIS FAKTOR STIMULI PEMASARAN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PRODUK FASHION PADA GENERASI Z. *Jurnal INTEKNA : Informasi Teknik Dan Niaga*, 19(2 SE-Articles), 115–120.
<https://doi.org/10.31961/intekna.v19i2.871>
- 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.
- Astuti, R., & Dewi, A. P. (2019). The Influence of Consumer Reviews Prices and Online on Product Purchase Decisions in Fashion Category in Shopee "(Case Study of Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Sumatera Utara). *Journal of International Conference Proceedings*, 2(1).
<https://doi.org/10.32535/jicp.v2i1.484>
- Audria, N., & Batu, R. L. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Lazada. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 17(1), 35–47.
<https://doi.org/10.32534/jv.v17i1.2571>
- Azmi, F. N., & Sudaryana, A. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi, E-service Quality, Online Consumer Reviews dan Online Trust Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Shopee. *Jurnal Akmenika*, 18(2), 1–18.
- Daulay, R., & Putri, R. E. (2018). Analisis Faktor-Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Ke- 8*, 1–6.
- 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.

file:///C:/Users/ADMIN/Documents/Data Keny/SKRIPSI/jurnal orang/3897-13035-1-Pratiwi arbani (pnlitian trdhl).pdf

Fatha, N. (2020). *Pengaruh Social Media Instagram Dan Suasana Toko Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Konsumen Kopi Raga).*

Fauzi, S., & Lina, L. F. (2021). Peran Foto Produk, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Pada Minat Beli Konsumen Di E-Commerce. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 21.

<https://doi.org/10.24853/jmmb.2.1.151-156>

Hidayati, N. L. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Riviws Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(3), 77–84.

<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/24741>

Kanitra, A. R., & Kusumawati, A. (2018). Pengaruh Country Of Origin Dan Online Consumer Review Terhadap Trust Dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 61(1), 64–73.

<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2548>

Kristanto, Y. A. (2021). *ANALISIS HUBUNGAN E-SERVICE QUALITY, E-SATISFACTION, DAN E-LOYALTY PADA SEKTOR E-COMMERCE DI INDONESIA.*

Mardiansyah, F. (2021). *Analisis Antara E-Service Quality, E-Satisfaction, Dan E-Loyalty Terhadap Minat Pembelian Dalam Konteks E-Commerce Aplikasi Belanja Online Shopee.*

Mu'nis, H., & Komaladewi, R. (2020). Analisis komparatif online customer review dan survey customer review marketing mix. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 15(3), 138–148. <https://doi.org/10.21067/jem.v15i3.4476>

Mufidah, L., & Kesejahteraan Sosial AKK Yogyakarta, A. (2021). *PENGARUH REVIEW SERVICE MENU DAN RATING MENU TERHADAP*

*KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN PADA MARKETPLACE
SHOPEEFOOD (Vol. 7, Issue 2).*

- Nainggolan, R., & Purba, E. (2019). Perbaikan Performa Cluster K-Means Menggunakan Sum Squared Error (Sse) Pada Analisis Online Customer Review Terhadap Produk Toko Online. *Jurnal TIMES*, VIII(2), 1–8.
- Rahayu, E. (2018). *PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-CUSTOMER SATISFACTION DAN E-CUSTOMER LOYALTY PADA TOKO ONLINE SHOPEE.*
- 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>
- Ramadhan, D. P. (2019). *PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN E-TRUST TERHADAP E-LOYALTY DENGAN E-SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Pengguna E-Commerce Shopee) SKRIPSI Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan.*
- Rinjani, D. (2019). *PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Pengguna PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan-Tanjung Balai).*
- Rohmah, M., & Lubis, E. E. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Situs Jual Beli Online Elevelia. *Jurnal E-Komunikasi*, 5(2), 1–13.
<https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/21536/0>
- 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.
- Saskiana, D. (2021). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, ONLINE CUSTOMER RATING, E-SERVICE QUALITY, E-TRUST DAN HARGA*

TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PADA KONSUMEN
MARKETPLACE SHOPEE DI SURABAYA. *SKRIPSI*, 1–136.

Sonia Cipta Wahyurini, & Trianasari, N. (2020). Analisis Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i1.321>

Yulfita Aini, J. P. (2022). PENGARUH ONLINE COSTUMER REVIEW DAN ONLINE COSTUMER RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE MARKETPLACE (STUDI MAHASISWA UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN). *Jurnal Mitra Manajemen*, 11(2), 1–8.

Yulianingsih, A., & Oktafani, F. (2020). Pengaruh Brand Image Dan E-Service Quality Terhadapproses Keputusan Pembelian Pada Tiket.Com. *Jurnal Ilmiah MEA*, 4(2621–5306), 57.

Yusuf, R., Hendawati, H., & Wibowo, L. A. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shoppe Terhadap Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515. <https://doi.org/10.38035/JMPIS>

<https://www.youthmanual.com/>

www.apjii.or.id

www.katadata.com