

## REFERENCES

- Ahdiat, A. (2023, May 3). 5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2023. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commercedengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023>.
- Almayani, R. N., & Graciafernandy, M. A. (2023). Pengaruh *Online customer review*, Online Customer Rating dan Online Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee. 5(1), 97–107. <https://doi.org/10.46918/point.v5i1.1800>
- Anna Irma Rahmawati. (2021). Pengaruh *Online customer review*, Online Customer Rating Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas Pgrri Semarang).
- Aprilia Sari & Azizah, (2021) Pengaruh Indikator Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Buying Decision Melalui Trust Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Shopee Di Kota Surabaya). In Jabeistik : Jurnal Analitika Bisnis, Ekonomi, Sosial Dan Politik (Vol. 1, Issue 1).
- Arianto, (2021). Komunikasi Pemasaran Konsep dan Aplikasi di Era Digital. Surabaya. Airlangga University Press.
- Asri Nugrahani Ardianti, Dr. Widiartanto, M. A. (2019). Pengaruh *Online customer review* dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee . Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 1–11.
- Aubrey Wijaya, William Vincent, Mangihut Tampubolon. (2024). Pengaruh Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Produk Karung Goni Dan Kotak. Journal of Trends Economics and Accounting Research Vol 4, No 3, March 2024, pp. 640-646.
- Cindy & Utami (2022). Aktivitas Komunikasi Pemasaran @Sallang.Sallang dalam Meningkatkan Hubungan dengan Pelanggan. *Jurnal Prologia*, 6(2), 229– 233.
- Fitriani Latief & Nirwana Ayustira. (2020). Pengaruh *Online Costumer Review* Dan *Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla. *Jurnal Mirai Management* Terakreditasi Nasional e-ISSN : 2597- 4084, Volume 6 No.1 2020
- Ghozali, I. (2017). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.

- Gunawan. 2022. Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing, Inovasi Pratama Internasional, Padang
- Hadion Wijoyo. (2021). Manajemen Pemasaran. Insan Cedekia Mandiri
- Hanan. (2020). Manajemen Pemasaran dan Promosi Bisnis. Kalam Hanan. <https://books.google.co.id/books?id=1q7mDwAAQBAJ>
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Irwansyah, R. Et Al.(2021).Perilaku Konsumen. Bandung : Widina Bhakti Persada. Bandung Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Ekonomi Kreatif Vol 1(No 1) 2021, 18- 23.
- Mufti Prasetyo, S., Gustiawan, R., Farhat, & Rizzel Albani, F. (2024). Analisis Pertumbuhan Pengguna Internet Di Indonesia. *Buletin Ilmiah Ilmu Komputer Dan Multimedia (BIIKMA)*, 2(1), 65–71. Retrieved from <https://jurnalmahasiswa.com/index.php/biikma/article/view/1032>
- Nuraeni, Y. S., & Irawati, D. 2021. The Effect of *Online customer review*, Quality Product, and Promotion on Purchasing Decision Through Shoppe Marketplace(A Case Study of UBSI College Student). *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(4), 439-450.
- Prisma Miardi Putri. (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* Vol 5 No 1, Januari 2022.
- Rahman, H. N., Paramita, N., Hannum, R., & Nurbaiti. (2021). Pengaruh Perangkat Lunak ECommerce Terhadap Bisnis di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(1), 7–12.
- 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>
- Simanjorang, R., & Nawawi, Z. M. (2022). The Role Of Social Media Tiktok In Increasing The Interest In Entrepreneurship In The Millenial Generation. *Journal of Business, Social and Technology (Bustechno)*, 3(1), 10–13. <https://doi.org/10.46799/jbt.v3i1.64>

Yuni Siti Nuraeni & Dwi Irawati. (2021). *The effect of online customer review, quality product, and promotion on purchasing decision through shopee marketplace (a case study of ubsi college student)*. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen* Vol. 9 No. 4, Desember 2021 (439-450).

Zusrony Edwin. 2021. *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.