

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrilliana, N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Palembang. In *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM e* (Vol. 1, Issue 2).
- Ali, Mm., Hariyati, T., Yudestia Pratiwi, M., & Afifah Sekolah Tinggi Agama Islam Ibnu Rusyd Kotabumi, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapan Nya Dalam Penelitian. In *Education Journal.2022* (Vol. 2, Issue 2).
- Alvi Herzegovino Sianipar, Frederick, & Dra Hj Yoestini, E. (2021). Analisis Pengaruh Customer Review dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Online Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Tokopedia di Kota Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 10(1), 1–3. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Aris Ariyanto, R. B. (2023). *manajemen pemasran* (udin saripudin, Ed.; Vol. 1). Grub CV. Widina Media Media Utama.
- Aulia, Q., Riva'i, A. R., & Stikubank, U. (2024). Pengaruh Price Discount, Online Customer Rating, Dan Online Customer Riwiew Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Shopee. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 5, Issue 1). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Bina, U., Gorontalo, T., Rinaja<sup>1</sup>, A. F., Bagus, I., Udayana<sup>2</sup>, N., & Maharani<sup>3</sup>, B. D. (2022). PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, WORD OF MOUTH, AND PRICE CONSCIOUSNESS TERHADAP MINAT BELI DI SHOPEE. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminsitrasi Dan Pelayanan Publi*.
- Cahyani, A. dwi okta. (2023). *Pengaruh Rating dan Customer Riwiew pada E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z di Kota Banda Aceh*.
- Firma Fatmawati Tia Anis. (2022). Pengaruh Price Consciousness, Online Customer Riwiew dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Lazada. *International Social Sciences and Humanities UMJember Proceeding Series* (, 2, 1–13).
- Hasibuan, C. A. (2023). *Analisis Pengaruh Manajemen Strategi Teknologi Digital terhadap Perkembangan Pelaku Bisnis E-Commerce dan Loyalitas Pelanggan dalam Perspektif Islam*.
- Irma Rahmawati, anna. (2021). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas Pgrri Semarang). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi Kreatif*, 1(1), 18–23.
- Ivander Budiono kevin. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Price Consciusness, Status Comsumption dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Produk T'nuners. *Jurnal Manajmendan Start-up Bisnis*, 4, 1–9.
- Kadek, L., Martini, B., Sembiring, E., & Paulus, D. F. (2022). *Customer ONLINE CUSTOMER RATING DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI*

*TOKO MODELIAFASHION PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA JAKARTA*. 4(1), 15–24.  
<http://jamas.triatmamulya.ac.id/>

- Magdalena, M., Algusri, J., Fernos, J., & Rozi, F. (2023). Pagaruh Persepsi Harga, Promosi, dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Kosmetik Pada E Commerce Lazada di Kecamatan Padang Utara The Informasi Price Perception, Promotion, and Online Customer Review On Consumer Buyeng Intereset in Lazada E Commerce In Padang Utara Distrik. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 11(1), 41–48.
- Magdelana, cindy. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang*, 1, 1–199.
- Maharani, N. L. E., & Yulianthini, N. N. (2023). Pengaruh Onlien Customer Review dan Price Consciousness Terhadap Keputusan Pembelian pada Layanan Gofood Melalui Aplikasi Gojek Dengan Selera Sebagai Variabel Mediasi. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 9(2).
- Nugrahani Ardianti, A. (2019). *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee*. <http://teknonisme.com>
- Nurul Ulfaida, I., Savitri, C., Pramudita Faddila, S., Studi Manajemen, P., Ekonomi dan Bisnis, F., & Buana Perjuangan Karawang, U. (2023). The Influence Of Online Customer Review And Store Rating On Interest In Purchasing Whitelab Products In Tokopedia Marketplace In Generation Y Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Toko Terhadap Minat Pembelian Produk Whitelab Di Marketplace Tokopedia Pada Generasi Y. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 5). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Poeja Kehista, A., Fauzi, A., Tamara, A., Putri, I., Fauziah, N. A., Klarissa, S., & Damayanti, V. B. (2023). Analisis Keamanan Data Pribadi pada Pengguna E-Commerce: Ancaman, Risiko, Strategi Kemanan (Literature Review). *JIMT*, 4(5). <https://doi.org/10.31933/jimt.v4i5>
- Puspita Suci. (2022). *Latar Belakang dan Online Shop Sebagai Cara Berbelanja dan Berwirausaha*.
- Ramadhana, R., Fraick, M., & Ratumbusang, N. G. (2022). *Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Influence Of Online Customer Review On Purchase Decisions On The Marketplace*.
- Rosdiana desi. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Online Shop Sociolla. *Manajemen Bisnis*, 23, 1–25.
- Sugiyono. (2018). METODE PENELITIAN BISNIS. *Alfabeta, Cv*, 1–817.
- tiara putri, nanda avi. (2023). Pengaruh online customer riview, electronic word of mout dan price conciousness terhadap minat beli di shope. *Journal of Social Science Research*, 3(2), 1–12.
- Yana Siregar, L., Irwan Padli Nasution Prodi Manajemen, M., & Negeri Islam Sumatera Utara, U. (2020). *Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Peningkatan Bisnis Online*. 2(1), 71–75. <https://doi.org/10.30606/hjimb>

yasin hanifa. (2022). *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Naila Adi Kurnia Sei Mencirim Medan.*

Yusliani, Robyardi, E., & Novalia, nurkadina. (2023). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas PGRI Palembang. *Journal Of Social Science Research*, 3, 5575–5587.

Zed, E. Z., Ratnaningsih, Y. R., Tri, D., & Kartini, M. (2023). *Jurnal Mirai Management Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Online di E-commerce pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Cikarang.* 8(2), 436–452.

