

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina and Transistari, "The Effect of Online Customer Reviews, Online Customer Ratings, and Influencers on Purchase Decisions." *Jurnal Telaah Bisnis*, 24, No. 1, (2023). https://www.researchgate.net/profile/Ralina-Transistari/publication/373779404_The_Effect_of_Online_Customer_Reviews_Online_Customer_Ratings_and_Influencers_on_Purchase_Decisions/links/65740f8eea5f7f020555527d/The-Effect-of-Online-Customer-Reviews-Online-Customer-Ratings-and-Influencers-on-Purchase-Decisions.pdf?
- Ahdiat, Adi "Pembangunan Teknologi Informasi Indonesia Peringkat Ke-6 ASEAN," *Katadata Media Network*, last modified January 30, 2024, accessed September 14, 2024,
- Ananda, "Pengaruh Review Produk, Rating, Dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace Shopee" *Determinasi* 2, No. 2 (April 29, 2024, Accessed January 18, 2025, <https://eprints.ums.ac.id/93668/text>
- Asari, Andi, *Pengantar Statistika*, 1st ed. (Solok: PT.Mafy Media Literasi Indonesia, 2023).
- Ashila, "Kualitas Produk, Presepsi Harga Dan Online Customer review Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Shopee Di Kota Semarang" *JOMB*, 6, No. 1 (2024), Accessed February 20, 2024, <https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/jomb/article/download/8986/5592/>
- Astin Naomi Saekoko, Antonio E L Nyoko, and Ronald P C Fanggidae, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Xiaomi Di Universitas Nusa Cendana)," *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)* 11, no. 1 (June 15, 2020): 49–64.
- Atma et al., "Pengaruh Online Customer Review, Word Of Mouth, And Price Consciousness Terhadap Minat Beli Di Shopee" (Universitas Bina Nusantara, 2022).
- Harto, Budi et al., Transformasi Bisnis Di Era Digital (Teknologi Informasi Dalam Mendukung Transformasi Bisnis Di Era Digital), *Katadata Media Network*, 2023.
- Chandra Andy, "Pengaruh Customer rating, Pengiklanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Penggunua Shopee Di Kota Batam" (Universitas Putera Batam , 2022), Accessed February 21, 2025, <http://repository.upbatam.ac.id/1561/>
- Mardiana, Dian and Rosdiana Sijabat, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian," *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen* 6, no. 1 (February 28, 2022): 9–13.
- Winoeravisa, Diana, "Pengaruh Online Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Milenial pada pengguna marketplace Shopee", *IJMA* vol 1, No. 2 (September, 2020), accessed February 24, 2025,

- <https://ejournal.almaata.ac.id/index.php/IJMA/article/view/3287/0>.
- Didit Darmawan, “Studi Empiris Perilaku Konsumen Aliexpress: Peran *Online Consumer Review*, *Online Customer Rating*, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif,” *Jurnal Baruna Horizon* 6, no. 1 (June 30, 2023): 1–13.
- Dwi Ika Sugiarti and Rhoma Iskandar, “Pengaruh *Consumer Review* Terhadap Keputusan Pembeli Terhadap Toko *Online Shopee*,” *Jurnal Sosial Teknologi* 1, no. 9 (September 15, 2021): 954–962.
- Dwi Rahmat, SMK PGRI 1 Kediri, "Pembahasan Mengenai Sejarah SMK PGRI 1 Keidiri," pesan WhatsApp kepada Penulis, 11 Februari 2025.
- Dwi Rahmat, SMK PGRI 1 Kediri, "Pembahasan Mengenai Visi dan Misi SMK PGRI 1 Kediri," pesan WhatsApp kepada Penulis, 11 Februari 2025.
- Eliska Sri Putri, “Pengaruh *Rating* Dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Pada *Marketplace Shopee*” (Universitas Muhammadiyah Makassar, 2019), accessed January 15, 2025, https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/8429-full_text.pdf.
- Erlina F. Santika, “ECDB: Proyeksi Pertumbuhan *e-commerce* Indonesia Tertinggi Sedunia Pada 2024,” *Katadata Media Network*, last modified April 29, 2024, accessed September 12, 2024, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/04/29/ecdb-proyeksi-pertumbuhan-e-commerce-indonesia-tertinggi-sedunia-pada-2024>.
- Farida Islamiah, Harmayanto Harmayanto, and Riska Jayanti, “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Merek Teh Pucuk Harum Pada Toko Dhea Sembako Di Tanah Grogot,” *Gajah Putih Journal of Economics Review* (2019), <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:268172480>.
- Fauzi Purnama, “Pengaruh *Online Customer Review* Dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Di *E-commerce* Pada Mahasiswa UMSU” (Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2021), accessed February 20, 2025, <http://repository.umsu.ac.id/bitstream/handle/123456789/16542/skripsi%20fauzi%20purnama%20sari.pdf;jsessionid=6bf6c29d7e7a49cc07f662180c9146d9?sequence=1>.
- Febriana Eka Dewi Et Al., Pengaruh *Online Customer Review* Dan *Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Marketplace Shopee*, *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis* 1, No.2, (Desember: 2022). <https://jurnalilmiah.stiekia.ac.id/index.php/JEMB/article/view/18>.
- Firdaus, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Analisis Regresi IBM SPSS Statistics*, (Riau: DotplusPublisher, 2021).
- Halila Titin Hariyanto and Lantip Trisunarno, “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, no. 2 (January 25, 2021).
- Halimatus Sa’diyah and Renny Oktafia, “Strategi Pemasaran Sebagai Upaya Meningkatkan Omset Penjualan UMKM Kerajinan Kopyah,” *Malia*, 13, no. 1 (January 13, 2022): 107–122.

- Hana Yoflike Mokodompit, "Pengaruh *Online Customer Rating*, Sistem Pembayaran Cash On Delivery Dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Dan Alumni Equil Choir FEB)," *EMBA*, no. 3 (July 3, 2022).
- Hartini Warningtyas, *Analisis Data Kuantitatif*, 1st ed. (Klaten: Lakeisha, 2024).
- Heny Puspita Sari, "Pengaruh Ulasan Pelanggan *Online* Dan *Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee" (Universitas Lampung, 2022), accessed January 15, 2025, <https://digilib.unila.ac.id/68293/2/skripsi.pdf>.
- I Ketut Swarjana, *Populasi-Sampel, Teknik Sampling & Bias Dalam Penelitian* (Penerbit Andi, 2022), 2-4.
- Ibnu Sastra Hadi Kusuma, "Pengaruh *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee Di Kalangan Mahasiswa Kota Bandung," *International Journal Administration Business and Organization* 4, no. 2 (August 15, 2023): 31–39.
- Iskandar Dzulqarnain, Pengaruh Fitur *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada *Marketplace* Shopee, *Ilmu Administrasi Bisnis*, 3, no.1 (September 15, 2023).
- Kemendikbud, "Profil, Peta Lokasi, Dan Perbandingan Sekolah Tingkat Paud, Dasar, Menengah, Dan Pendidikan Masyarakat Di 514 Kab/Kota," *Sekolah Data Kemendikbud*, 2024, accessed September 22, 2024, <https://sekolah.data.kemdikbud.go.id/>.
- Kemendikbud, Program Sekolah Penggerak, *Kemendikbud*, 2021, accessed October 31, 2024, <https://sekolah.penggerak.kemdikbud.go.id/wp-content/uploads/2021/02/Paparan-Program-Sekolah-Penggerak.pdf>.
- Kevin, Andreanus, Zakaria Wahab, and Muchsin Saggaff Shihab, "The Impact of *Online Consumer Reviews* Dimension on *Online Purchase Intentions* In Tokopedia," *International Journal of Scientific and Research Publications (IJSRP)* (2020), <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:211165413>.
- Kiki Safitri dan Yoga Sukmana, "Survei Populix: 54% Masyarakat RI Belanja Di Ecommerce, Mayoritas Gen Z," *Kompas*, last modified December 17, 2023, accessed September 21, 2024, <https://money.kompas.com/read/2023/12/07/150212026/survei-populix-54-persen-masyarakat-ri-belanja-di-e-commerce-mayoritas-gen-z?page=all>.
- Kotler, Philip, Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008).
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2016).
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. (Jakarta: Erlangga, 2008).
- Lackermair, Georg, D. Kailer, *Importance of Online Product Reviews from a Consumer's Perspective*, (Jerman: Horizon, 2012).
- Lackermair, Georg, Kenan Kanmaz, *Importance of Online Product Reviews from a*

- Cunsomer's Prespective*, (Jerman: Horizon, 2013).
- Laurensius Panji Ragatirta and Erna Tiningrum, "Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Rown Division Surakarta)," *EXCELLENT* 7, no. 2 (January 26, 2021): 143–152.
- Linlin Zhu et al., "How Online Reviews Affect Purchase Intention: A New Model Based on the Stimulus-Organism-Response (S - O - R) Framework," *Journal of Information Management* 72, no. 4 (June 1, 2020): 463–488.
- Listya Eka Putri, "Pengaruh Ulasan Produk Terhadap Pembelian Konsumen," *Karimah Tauhid*, 2, No. 3 (2023): 695, accessed January 14, 2025, <https://pdfs.semanticscholar.org/cd94/46026af93629dbe799cf8b18b6c6d4a16d81.pdf>.
- Luh Kadek et al., "Customer Online Customer Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Modeliafashion Pada marketplace Tokopedia Jakarta," *JAMAS* 4, no. 1 (2022): 15–24, <http://jamas.triatmamulya.ac.id/>.
- Luluk Agustiningasih and Retno Hartati, "Pengaruh Promosi, Online Customer Review, Dan Online Customer Rating Keputusan Pembelian Produk Makanan Pada Layanan Shopee Di D.I Yogyakarta," *Cakrawangsa Bisnis*, no. 2 (October 2, 2023), accessed October 8, 2024, <https://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb/article/download/451/197>.
- Ma'ruf Abdullah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 1st ed. (Yogyakarta: AswajaPressindo, 2015), 76.
- Made Abi Mantara and Ni Nyoman Yulianthini, "Faktor-Faktor Yang Menentukan Keputusan Pembelian Secara Online Di Bukalapak Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha," *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 4, no. 2 (2022).
- Maharani, "Pengaruh Online Customer Review Dan Online" (Universitas Medan Area, 2023).
- Makhrus Ali et al., Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapan Nya Dalam Penelitian, *Education Journal*. 2022, vol. 2, n.d.
- Melike Selcuk Arpınar and Murat Basal, "Is There a Place for Hedonic Consumption in On-Line Shopping Addiction?," *Sociology Mind* 14, no. 02 (2024): 185–199.
- Mernindita Rafif Hasna, "Pengaruh Harga, Online Customer Review" (Universitas Semarang, 2023), accessed September 15, 2024, <https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/B11A/2020/B.131.20.0157/B.131.20.0157-15-File-Komplit-20240105043015.pdf>.
- Mila Diana Sari, *Perilaku Konsumen* (Uwais Inspirasi Indonesia, 2023), <https://books.google.co.id/books?id=Gm3QEAAQBAJ>.
- Muchlisin Riadi, *Online Customer Review - Pengertian, Aspek, Syarat Dan Indikator*, Kajianpustaka (2023).
- Muhammad Aldi Prakoso, "Analisis Faktor Penentu Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee" (Universitas Muhammadiyah Malang, 2024), accessed February 21, 2025, <https://eprints.umm.ac.id/id/eprint/9679/1.pdf>.
- Nada Naurah, "Deretan Kota Terkaya di Indonesia, Pendapatannya Fantastis!"

- GoodStats.id* (25 Juli 2023), accessed November 28, 2024, <https://goodstats.id/article/deretan-kota-terkaya-di-indonesia-jakarta-nomor-berapa-p6xMT>.
- Nanda Rulyagustin, “Pengaruh *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, Dan E-Trust Terhadap Keputusan Pembelian Di *E-commerce Sociolla*” (Universitas Islam Negeri Raden Mas Said, 2023), accessed September 15, 2024, <https://eprints.iain-surakarta.ac.id/id/eprint/7889>.
- Novendra Angger Setya Aji, “Pengaruh Harga Dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee Pada Mahasiswa Angkatan 2019 Prodi Ekonomi Syariah IAIN Kediri” (IAIN Kediri, 2021).
- Novendra Dwiky Prayoga, “Pengaruh *Online Customer Review*, *Rating* Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Pada *Marketplace* Shopee” (Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2021), accessed February 21, 2025, <https://eprints.ums.ac.id/93668/1/naskah%20publikasi.pdf>.
- Nuraisyah Putri dan Effed Darta Hadi, “Pengaruh *Online Customer Review* Dan *Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-commerce* Shopee Dengan Kepercayaan Sebagai Mediasi Dan Emotional Sebagai Moderasi,” *Student Journal Of Business And Management* 7, No. 2 (June 30, 2024), accessed January 18, 2025, <https://ejournal.unib.ac.id/sjbm/article/view/36329#text>.
- Priadana and D Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Pascal Books, 2021).
- Quran Kemenag, *Al-Furqan*:67.
- Rahman, Arif Muluk, “Pengaruh *Online Review* Dan *Online Customer rating* Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia” (Universitas Medan Area , 2022), Accessed February 21, 2025, <https://repositori.uma.ac.id/bitstream/123456789/18787/2/188320291%20-%20arif%20muluk%20rahman%20-%20fulltext.pdf>
- Rahmawaty, Anita, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam Konsep, Teori Dan Analisis*, 1st ed. (Yogyakarta: IdeaPress, 2021).
- Reni, “Pengaruh Gaya Hidup, Motivasi, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian iPhone Di DKI Jakarta” (STEI Jakarta, 2022).
- Reza Nur Shadrina, “Analisis Pengaruh Content Marketing, Influencer, Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen,” *Diponegoro Journal Of Management* 11, No. 1, accessed February 21, 2025, <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/33967>.
- Rian Dwi Putra, “Analisa Kualitas Fitur Rekomendasi, Transparansi, Dan *Marketplace* Untuk Meningkatkan Kepercayaan Pada Fitur Rekomendasi Untuk Mempengaruhi Niat Beli Pengguna Aplikasi Shopee Di Indonesia” (Telkom University, 2023), accessed February 21, 2025, <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/195978/analisa-kualitas-fitur-rekomendasi-transparansi-dan-marketplace-untuk-meningkatkan-kepercayaan-pada-fitur-rekomendasi-untuk-mempengaruhi-niat-beli-pengguna-aplikasi-shopee-di-indonesia.html>.
- Romansyah Sahabuddin et al., “Analisis Dampak *Review* Produk Di Shopee Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Mediator,” *JUMPER* 2, No. 1 (2024): 72–73,

- <https://malaqbipublisher.com/index.php/jumper/article/view/273>.
- Sahir and Try Koryati, *Metodologi Penelitian* (Penerbit KBM Indonesia, 2021).
- Semila Fernandes et al., “Measuring the Impact of *Online Reviews* on Consumer Purchase Decisions – A Scale Development Study,” *Journal of Retailing and Consumer Services* 68 (September 2022): 103066.
- Similarweb, “Top Websites Ranking,” *Similarweb*, last modified September 1, 2024, accessed September 22, 2024, <https://www.similarweb.com/top-websites/indonesia/e-commerce-and-shopping/marketplace/>.
- Sipa Paujiah, Aripin Ahmad, and Mutiasari Nur Wulan, “Pengaruh Foto Produk Dan *Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi GoFood,” *Review Akuntansi, Manajemen, dan Bisnis* 2, no. 2 (December 1, 2022): 79–87.
- Siti Rapingah et al., *Buku Ajar Metode Penelitian* (Feniks Muda Sejahtera, 2022).
- Slamet Riyanto, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen* (Yogyakarta: Deepublish, 2020).
- SMK PGRI 1 Kediri, “Visi & Misi SMK PGRI 1 Kediri,” *Smkpgri1kediri*, last modified August 29, 2019, accessed September
- Steven And Abdullah Rakhman, “Pengaruh *Online Customer Review* Dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian *Online Marketplace* Tokopedia,” *Global Research On Economy, Business, Communication And Information* 1, no. 1 (2023), accessed October 7, 2024.
- Sudarmanto, “Peran Pimpinan Dan Komitmen Organisasi Terhadap Organizational Citizenship Behavior (OCB) Pada Badan Kepegawaian Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kabupaten Pringsewu” (Universitas Muhammadiyah Pringsewu, 2022).
- Sugoarto, Agus, “Laporan Perilaku Konsumen *E-commerce* Indonesia 2023: Pemulihan Ekonomi Dan Tren Belanja Pasca Pandemi,” *Katadata Media Network*, (May 26, 2023), accessed September 19, 2024, https://cdn1.katadata.co.id/media/microsites/kredivo/2023/report_kredivo_2023.pdf.
- Sukmawati et al., “Pengaruh *Online Review*, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ap Jurusan Manajemen Universitas Negeri Gorontalo” *JAMBUR* 7, no. 1 (2024), accessed February 20, 2024, <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/jimb/article/view/25059>.
- Tashya Aulia Febtiani, “Pengaruh *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Lip Product Emina Melalui Citra Merek” (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022), accessed February 21, 2025, <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/63083/1/tashya%20aulia%20febtianifeb.pdf>.
- Tiara Ramadhani, Budimansyah Budimansyah, and Vicky F. Sanjaya, “Pengaruh *Rating* Dan *Online Consumer Review* Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Pemediasi Pada *Marketplace* Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung),” *Revenue: Jurnal Manajemen Bisnis Islam* 2, no. 2 (July 20, 2021): 143–162.

- Virgo Simamora and Dina Maryana, “Pengaruh *Online Customer Review* Dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Tokopedia Dimoderasi Oleh Kualitas Produk,” *Cakrawala Repositori IMWI* 6, no. 1 (March 14, 2023): 666–680.
- Vivi Silvia, "Pengaruh *Online Customer Review* Dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-commerce* Shopee Di Jakarta Utara," *Kwikkiangie* (Jakarta Utara, 2023), accessed October 7, 2024, <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/id/eprint/4005>.
- Wahyu Muhammad Annafi, “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepuasan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko *Online* Shopee Di Surakarta” (IAIN Surakarta, 2020), accessed February 21, 2025, https://eprints.iain-surakarta.ac.id/199/1/skripsi_fulltext_155211073.pdf.
- Widhi, Agung Kurniawan and Zarah Puspaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 1st ed. (Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016).
- Widyanti Kusuma Wardani, “Pengaruh *Online Review*, Promo Diskon Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-commerce* Tiktokshop” (UNISMA, 2023), accessed February 21, 2025, https://repository.unisma.ac.id/bitstream/handle/123456789/7087/s1_feb_21901081337_widyanti%20kusuma%20wardani.pdf?sequence=1.