

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiningsih, L., & Hartati, R. (2023). Pengaruh promosi, *Online Customer Review*, dan *Online Customer Rating* terhadap keputusan pembelian produk makanan pada layanan Shopee Food di D.I Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis*, 4(2), 13-30. <https://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb/article/download/451/197>
- Amalia, D. L., Dahliani, Y., & Ratu Edi, B. Q. (2024). Pengaruh *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian di Shopee. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Manajemen Keuangan*, 5(1), 50-65. Retrieved from <http://www.jurnal.itsm.ac.id>
- Amirullah. (2021). *Prinsip-prinsip manajemen pemasaran*. Indomedia Pustaka.
- Anisa, D. F., & Yulianto, A. E. (2024). Pengaruh brand image, promotion, dan *Online Customer Review* terhadap keputusan pembelian produk Mie Gacoan cabang Manyar di platform ShopeeFood. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 13(2), 1-15.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen pemasaran: Dasar, konsep, dan strategi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Bella, D. M., & Supriyono. (2023). Pengaruh *Online Customer Review*, keamanan dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada marketplace Tokopedia di Surabaya. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 575-580. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3838>
- Dyanasari, D., & Harwiki, W. (2018). *Perilaku konsumen*. SSRN. <https://ssrn.com/abstract=3238778>
- GoodStats. (n.d.). Data pengguna internet di Indonesia tahun 2018-2024. *GoodStats*. Diakses dari <https://data.goodstats.id>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) (2nd ed.). SAGE Publications.
- Jamil, W., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh keamanan dan *Online Customer Review* terhadap keputusan pembelian pada marketplace Lazada. *Jurnal Manajemen dan Sains*, 7(2), 746-751. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.616>

- Katadata. (2023). Jumlah transaksi *E-Commerce* di Indonesia tahun 2023 dan 2024. *Databoks*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id>
- Katadata. (2023). Jumlah pengunjung Tokopedia pada Kuartal IV 2023 - 2024. *Databoks*. Diolah oleh peneliti. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Marketing management* (15th global ed.). Pearson.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis memahami manajemen pemasaran*. CV Al Fath Zumar.
- Melita, S., & Tri Astuti, S. R. (2024). Pengaruh siaran belanja langsung, dukungan selebriti, promosi, ulasan pelanggan online, dan daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian di *E-Commerce* (studi pada pengguna Lazada di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 13(1), 1-12. Retrieved from <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Ningsih, E. S. P. (2019). Pengaruh rating dan *Online Customer Review* terhadap keputusan pembelian secara online pada marketplace Shopee. *Makassar*.
- Ovaliana, W. D., & Mahfudz. (2022). Pengaruh *Online Customer Review* dan customer rating terhadap kepercayaan konsumen dan keputusan pembelian Make Over pada marketplace Shopee di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 11(3), 1-12. Retrieved from <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Putri, Y. G., Hidayati, N., & Rizal, M. (2021). Pengaruh customer review, customer rating, dan viral marketing terhadap keputusan pembelian pada *E-Commerce* Tokopedia (studi pada mahasiswa pengguna Tokopedia di Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 10(2), 79-88. <https://www.fe.unisma.ac.id>
- Setiyaningrum, B. M., & Supriyono. (2022). Pengaruh persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian voucher internet XL pada “Konter Kusuma.” *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 7(2), 175-200. <https://doi.org/10.31932/jpe.v7i2.1750>
- Subagiyo, R., & Syaichoni, A. (2022). Pelatihan SmartPLS 3.0 untuk Pengujian Hipotesis. Jakarta: Alim's Publishing.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Sudarsono, H. (2020). *Buku ajar: Manajemen pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Top Brand Award. (2023). Data Top Brand Index *E-Commerce* 2023-2024. *Top Brand Award*. Diakses dari <https://www.topbrand-award.com>
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi pemasaran* (4th ed.). Andi.
- Wardhani, N. I. K., Izaak, W. C., & Yohanes, M. R. (2020). Analysis of OCR's factor and sales promotion on *E-Commerce*. *Journal of Economics, Business, and Government Challenges*, 3(2), 127-132. <http://ebgc.upnjatim.ac.id/index.php/ebgc>