

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadila, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Aceh : Yayasan Penerbit Muhammad Zaini. <http://penerbitzaini.com>
- Agesti, N., Ridwan, M. S., & Budiarti, E. (2021). The Effect Of Viral Marketing , Online Customer Review , Price Perception , Trust On Purchase Decisions With Lifestyle As Intervening Variables in The Marketplace Shopee in Surabaya City. *International Journal Of Multicultural And Multireligious Understanding*, 8(3), 496–507
- Almayani, R. N., & Graciafernandy, M. A. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating dan Online Promotion terhadap Keputusan Pembelian Online di Shopee. *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 5(1), 97–107.
- Amelia, T. (2021). *Pepes Bandeng Dapoer Intan, Kuliner Indonesia Diolah Kekinian*.<https://www.kompasiana.com/tantiamelia6690/60af3714d541df48526d1942/pepes-bandeng-dapoer-intan-kuliner-indonesia-diolah-kekinian>. Diakses 10 Oktober 2025
- Arif, M., & Yani, S. A. (2023). *Keputusan Pembelian Online : Peran E-Commerce dan Brand Awareness Dimediasi Dropshipping*. Medan : UMSU PRESS. <https://publication.umsu.ac.id/index.php/ht/article/view/4276>
- Ariyani, N. B. ., Hidayati, L. ., & Santosa, M. (2024). Pengaruh Brand Image, Online Customer Review, Online Customer Rating dan E-Trust terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce (Studi Empiris pada Pengguna Shopee). *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 379–388. <https://journal.unimma.ac.id>
- Ayesha, I., Pratama, I. W. A., Amaliyah, Hasan, S., Effendi, N. I., Yusnanto, T., Diwyarthi, N. D. M. ., Utami, R., Firdaus, A., Mulyana, M., Fitriana, Norhidayati, & Egim, A. . (2022). *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. Padang : PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin (ribu) di Provinsi DKI Jakarta, 2025*. <https://jakarta.bps.go.id/en/statistics-table/3/WVc0MGEyMXBkVFUxY25KeE9HdDZkbTQzWkVkb1p6MDkjMw==/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin--ribu-jiwa--di-provinsi-dki-jakarta--2025.html>. Diakses 20 Desember 2025.

- Badan Pusat Statistik. (2025). *Penduduk Provinsi Jawa Barat*. <https://jabar.bps.go.id/id>. Diakses 20 Desember 2025
- Gazali, M., Adawiyah, W. R., & Curry, K. (2023). Strategi Pemasaran yang Efektif dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Jabodetabek. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 4(3), 494–500. <https://doi.org/10.35870/jpni.v4i3.383>
- Hanaysha, J. R. (2022). Impact Of Social Media Marketing Features on Consumer's Purchase Decision in The Fast-Food Industry: Brand Trust As A Mediator. *International Journal Of Information Management Data Insights*, 2(2), 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2022.100102>
- Haryanto, A. . (2025). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 212 Juta Di 2025*. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-7816040/jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-212-juta-di-2025>. Diakses 9 Oktober 2025
- Indartani, M., & Mutmainah. (2024). *Analisis Data Kuantitatif*. Klaten : Penerbit Lakeisha. <https://doi.org/10.62552/ejam.v3i3.64>
- Irawati, R., & Prasetyo, I. B. (2021). Pemanfaatan Platform E-Commerce melalui Marketplace sebagai Upaya Peningkatan Penjualan dan Mempertahankan Bisnis Di Masa Pandemi (Studi Pada UMKM Makanan dan Minuman di Malang). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan Penataran*, 6(2), 114–133.
- Kadja, D. B., & Irawan, B. (2025). Pemberdayaan UMKM Melalui Penerapan Sistem Marketplace dan Digital Payment di Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta. *Jurnal Vokasi & Administrasi Bisnis*, 7(1), 38–47.
- Komariyah, D. I. (2022). Pengaruh Online Customer Riview dan Rating terhadap Minat Pembelian Online Shopee (Studi Kasus pada Santri Putri Pondok Pesantren Salafiyah Syafi'iyah Seblak Jombang). *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 4(2), 343-358
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management*. U.S.A : Pearson Education Limited.
- Lahus, A. ., Lamatokan, A. ., Meot, H. ., Niha, S. ., & Watu, E. G. C. (2023). Pengaruh Brand Image dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada Tiktok Shop. *ORGANIZE: Journal Of Economics, Management And Finance*, 2(2), 107–118. <https://doi.org/10.58355/organize.v2i2.21>
- Lestari, I. . (2025). *Daftar E-Commerce Paling Sering Diakses 2025, Shopee Masih Juara*. <https://goodstats.id/article/e-commerce-paling-sering-diakses-2025>

shopee-masih-juara-wyZqk. Diakses 9 Oktober 2025

- Lumansik, D. K., & Kusuma, Y. B. (2025). The Influence of Online Customer Review and Online Customer Ratings On Purchase Decisions in Tiktok Shop. *Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 8(2), 4427–4443. <https://doi.org/10.31538/ijse.v8i2.6108>.
- Maharani. (2023). *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Implora Cheek & Liptint di Shopee (Studi Pada Pelanggan Implora Cosmetics di Desa Bangun Sari*. In Skripsi. Manajemen, Universitas Medan Area.
- Mahendra, S., & Edastama, P. (2022). Pengaruh Online Customer Review , Rating dan Influencer terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Casual pada Marketplace. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 21–28
- Mulyanto, H., & Wulandari, A. (2024). *Keputusan Pembelian Konsumen*. Bekasi : PT Kimshafi Alung Cipta.
- Novia, N. H., Bahri, K. N., Kanaidi, Rotua, E., Noviany, H., Rahayu, I., Sukmadi, Tarunajaya, W. B., Gittawati, A. M. ., Kurniawan, M., Sarmidi, Goeltom, A. D. ., & Triyanto, I. R. (2023). *Strategi Digital Marketing*. Solok : PT. Mafy Media Literasi
- Oktaviasih, L. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya pada Kepuasan Konsumen Perumahan Taman Arroyan Tangerang*. In Skripsi. Manajemen, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Ovirya, N., & Saputri, M. E. (2023). Pengaruh Social Media Marketing dan Customer Online Review terhadap Keputusan Pembelian Somethinc. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 1049–1054. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i3.666>
- Pertiwi, B. A. ., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Strategi Green Marketing dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian Kaos Lokal Kerjodalu. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*. 9(3), 1376–1383
- Prastiwi, A., & Utomo, Sulisty B. (2024). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Herocyn (Studi Kasus pada Konsumen Produk Herocyn di Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 13(8), 1–14.
- Pratama, A.S., Ilham, R., Sutomo, S., Hermawan, A., & Wardhana, L. W. (2024). The Effects Of Social Media Content, Influencer Marketing and Customer Reviews on Purchasing Decisions. *International Journal Of Science*,

Technology & Management, 5(2), 485–489.
<https://doi.org/10.46729/ijstm.v5i2.990>

Purwanto, N., Budiyanto, & Suhermin. (2022). *Theory Of Planned Behavior : Implementasi Perilaku Word Of Mouth pada Konsumen Marketplace*. Malang : CV Literasi Nusantara Abadi.

Rahmayanti, N. P., Sutrisno, S., Ernawati, E., & JK, A. (2022). Menjalankan Bisnis Dengan Strategi Gila Marketing Society 5.0. *Bakti Banua : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 69–75. <https://doi.org/10.35130/bbjm.v3i2.349>

Sari, W. H. P. (2022). *Pengaruh Promosi, Online Customer Review, dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna Marketplace Shopee di Indonesia)*. In Skripsi. Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Lampung.

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Penerbit Alfabeta.

Sulaksono, J., & Zakaria, N. (2020). Peranan Digital Marketing bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Umk) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41–47. <https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.13906>

Sundari, E., & Hanafi, I. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Riau : UIN PRESS

Syahrani, A. R., & Nirawati, L. (2025). The Influence of Location , Product Price , and Social Media Marketing on Purchase Decision (Case Study of UPN “ Veteran” East Java Fore Coffee Customers Merr Surabaya Branch). *International Journal of Social, Economic, and Business*, 1(3), 51-59
<https://doi.org/10.1512/c0xztp69>

Utomo, S. B., Risdwiyanto, A., & Judijanto, L. (2024). *Pemasaran Digital (Strategi & Taktik)*. Jakarta Barat : PT. Sanskara Karya Internasional.
<https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=o8caeaabaq&oi=fnd&pg=pp2&dq=pemasaran&ots=dopvjbzry&sig=r9vli4ygkvua5kzfcycucimmmuc>

Xu, C., Zhang, Z., & Shen, Y. (2024). Research on The Relationship Between The Credibility Of Consumer Online Reviews and Purchase Decisions Under International Law. *Journal Of Organizational And End User Computing*, 37(1).

Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.