

DAFTAR PUSTAKA

- Aerts, G., Smits, T., and Verlegh, P. W. J. (2017). Reviews Computers in Human Behavior. *Computers in Human Behavior*, 75 (3), 855–864. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.06.023>
- Agesti, N., Ridwan, M. S., dan 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.
- Agita, G., Aqilah, T., dan Usman, O. (2025). Pengaruh Harga dan Electronic Word of Mouth (E-Wom) terhadap Keputusan Pembelian Somethinc Skincare di Marketplace Shopee Dimediasi Minat Beli. *E-Jurnal Manajemen*, 14(9), 718–740.
- Amryyanti, R., Cahya, I. P. G., Sukaatmadja, dan Cahya, K. N. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, Produk, dan Kewajaran Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Inc Skin Care Singaraja. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 2(1), 22–29.
- Andayani, dan Sarido, L. (2013). Uji Empat Jenis Pupuk Kandang terhadap Pertumbuhan dan Hasil Tanaman Cabai Keriting (*Capsicum annum* L.) Andayani dan La Sarido Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian, Sangatta. *Jurnal AGRIFOR*, 12(1), 22–29.
- Aningtyas, E. S., dan Supriyono, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, dan Ulasan Produk terhadap Minat Beli Ulang Produk Zoya di Outlet Kediri. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 1592. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i3.2588>
- Ardianto, K., Nuriska, F. P., dan Nirawati, L. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Ulasan Produk terhadap Minat Beli Ulang Emina pada Official Store Shopee di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(2), 62. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i3.2588>
- Arisqa, A., dan Yusa, V. D. (2019). Pengaruh Kepercayaan (Trust) Menggunakan E-Commerce terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Bisnis*, 5(1), 13–22.
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., dan Kotler, P. (2014). *Principles Of Marketing*. Pearson Australia.
- Ati, P. S. U., Islamudin, dan Finthariasari, M. (2020). Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Produk Elektronik Merek Polytron. *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains (JEMS)*, 1(2), 168–174.

- Auliya, Z. F., Rifqi, M., Umam, K., dan Prastiwi, S. K. (2017). Online Customer Review (OTRs) dan Rating Kekuatan Baru pada Pemasaran Online di Indonesia. *Ebbank*, 8(1), 89-98.
- Ayun, M. Q., Andari, T. T., dan Yulianingsih, Y. (2025). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Foodpedia X Kopi dari Hati Metland Cileungsi Bogor. *JEMSI: Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 7(1), 365–377. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jemsi.v7i1>
- Bima, I., Nurfarida, I. N., dan Sarwoko, E. (2021). Determinan Keputusan Pembelian di Shopee: Online Customer Review, Brand Image dan Promosi. *MBR (Management and Business Review)*, 5(2), 239–250. <https://doi.org/10.21067/mbr.v5i2.5554>
- Cahya, B. T., Restuti, D. P., Safitri, A. A., dan Venno, A. (2023). Analisis Minat Pembelian Secara Online Ditinjau dari Online Customer Review, Online Customer Rating dan Kualitas Website (Studi pada Mahasiswa Pengguna shopee). *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(2), 169–179.
- Dahliyanti, H., dan Sudarnice. (2023). Pengaruh Harga dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Tokopedia di Kabupaten Bekasi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 65–75.
- Depari, Genesis, S., dan Ginting, N. (2022). The Influence of Online Customer Review and Perceived Quality Toward Customer Purchase Decision at Lazada Online Retail Company. *Jurakunman*, 15(1).
- Dewi, F. E., Kuntardina, A., dan Adiputra, E. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee (Studi Kasus Mahasiswa STIE Cendekia Bojonegoro angkatan 2017). *JEMB : Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 1(2), 90–99. <https://jurnalilmiah.stiekia.ac.id/index.php/JEMB/article/view/18/35>
- Dewi, R. Y., Yulianeu, Haryono, A. T., dan Gagah, E. (2016). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Secara Online dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Situs Jual Beli Bukalapak.Com). *Journal of Management*, 3(3), 1–7.
- Dewi, S., Marpaung, N., dan Siregar, O. M. (2025). Pengaruh Online Customer Review dan Rating terhadap Minat Beli Produk pada Layanan Aplikasi Shopee (Studi pada Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Medan). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(9), 178–192.
- Effendi, D. R., Fermayani, R., Egim, A. S., dan Harahap, R. R. (2021). Pengaruh Persepsi Konsumen Mengenai Harga, Lokasi, dan Kualitas Pasar Modern terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ecogen*, 4(2), 188–197.

- Fahimah, M., dan Latifah, U. (2024). Brand Image Memediasi Peran Content Marketing dan Online Customer Review terhadap Minat Beli Eatsambel. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 9(2), 505–520.
- Farisi, S. A., Saroh, S., dan Hardati, R. N. (2020). Minat Beli Konsumen pada E-Commerce Lazada Marketplace Lazada. *JLAGABI*, 9(2), 377–385.
- Farki, A., Baihaqi, I., dan Wibawa, B. M. (2016). Pengaruh Online Customer Review dan Rating terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*, 5(2), 614–619.
- Fatkhurrahman, M., dan Yahya. (2024). Pengaruh Kepercayaan, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Online Via Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 13(9), 1–19.
- Fernanda, J. W., Luthifiana, V., dan Akhyar, M. K. (2022). Analisis Partial Least Square Structural Equation Model (PLS-SEM) untuk Pemodelan Penerimaan Sistem Jaringan Informasi Bersama Antar Sekolah (JIBAS) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri. *J Statistika*, 15(2), 292–297.
- Firdaus, M., Aisyah, S., dan Farida, E. (2023). Pengaruh Customer Review, Customer Rating, dan Celebrity Endorser terhadap Minat Beli Melalui Kepercayaan di Online Shop Shopee. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 4(1), 67–83.
- Firellsya, G., Kembau, A. S., Bernanda, D. Y., dan Christin, L. (2024). Tren Belanja Online Wanita Gen-Z : Eksplorasi Faktor-Faktor di Balik Dominasi Wanita Gen-Z pada Platform Shopee Menggunakan Model UTAUT2. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 6(1), 184–196. <https://doi.org/10.37034/infeb.v6i1.826>
- Ganyang, M. T., dan Ritonga, W. (2021). Pengaruh Harga dan Customer Reviews terhadap Minat Beli Teh Gelas pada Pengguna Tokopedia. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 4(2), 373–380.
- Gemilang, B., dan Sutedjo, B. (2023). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Nilai Pelanggan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Pengguna Laptop ASUS Republic of Gamers). *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 400–407.
- Hafitasari, I. A., Adzani, D. A., dan Mafruhat, A. Y. (2022). Analisis Hubungan E-Commerce terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 5(2), 95–105. <https://doi.org/10.33005/jdep.v5i2.401>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., and Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage Publications.
- Hanifah, H., Salsabillah, L., Fitri, A. T., dan Febriani, R. M. (2025). Landasan Teori, Penelitian Relevan, Kerangka Berpikir dan Hipotesis Penelitian Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Islam*, 3(2), 391–404.

- Hanslie, S. N. P., Jainab, A., dan Harianto, T. (2026). Pengaruh Persepsi Harga dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Shopee di Kota Sukabumi. *Indonesian Journal of Social Science and Education (IJOSSE)*, 2(1), 457–470.
- Ningsi, H., Zahra, D. A., Febriyani, P., Riski, F., Nasruddin, dan Angreyani, A. D. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Serba Nikmat di Kota Palopo. *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(2), 309–322. <https://doi.org/10.55606/jumbiku.v5i2.5609>
- Henseler, J., Ringle, C. M., and Sarstedt, M. (2015). A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-Based Structural Equation Modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Hidayat, D. N., Firliana, R., dan Muzaki, M. N. (2024). Evaluasi Penerimaan Teknologi Kelurahan Mojoroto Menggunakan Metode Technology Acceptance Models (TAM). *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(7), 301–309.
- Iba, Z., dan Wardhana, A. (2023). *Metode Penelitian*. CV. Eureka Media Aksara.
- Ilmiyah, K., dan Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42.
- Irawan, I. A. (2025). Polarisasi Gender dalam Efektivitas Ewom : Studi Tentang Peran Kepercayaan dalam Membentuk Niat Beli Online. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 22(3), 149–166. <https://doi.org/10.36406/jam.v22i2.127>
- Japariato, E., dan Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web dan Harga terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan sebagai Intervening Variable pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35–43. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35-43>
- Jayanti, R. D. (2015). Pengaruh Harga dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus pada Harapan Maulina Hijab Jombang). *EKSIS*, 10(1), 13–27.
- Judijanto, L., L, H., Mahmuddin, M., Tahapary, G., dan Puspa, L. (2024). Peran Kepercayaan dalam Memediasi Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Niat Beli Ulang di E-commerce C2C Indonesia. *Sanskara Manajemen dan Bisnis*, 3(01), 33–47. <https://doi.org/10.58812/smb.v3i01.485>
- Kawet, R. C., Palandeng, I. D., dan Pitta, R. V. (2024). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Cash On Delivery terhadap Keputusan Pembelian Produk pada E-Commerce Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (Jmbi Unsrat)*, 11(1), 1170–1183.

- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall*. England: Pearson Education Inc.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Edition). England: Pearson Education Limited.
- Kountur, R. (2018). *Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Ppm.
- Kumrotin, E. L., dan Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Ko.We.Cok di Solo. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 1–13. <https://doi.org/10.29103/j-mind.v6i1.4870>
- Kusuma, A. M., dan Mahardi, P. (2021). Analisis Deskriptif terhadap Pengembangan Media Pembelajaran E – Modul Interaktif Berbasis Software Aplikasi Lectora Inspire Aldi Masda Kusuma Purwo Mahardi. *Jurnal Kajian Pendidikan Teknik Bangunan (JKPTB)*, 7(2), 1–11.
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Mangiri, N. J. S., dan Sasabone, L. (2023). Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pt. Anugrah Karunia Logistik. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi (MEA)*, 7(2), 1346-1352.
- Mardhiyah, Dinilhaq, N. A., Amelia, Y., Arini, A., dan Hidayatullah, R. (2025). Populasi dan Sampel dalam Penelitian Pendidikan: Memahami Perbedaan, Implikasi, dan Strategi Pemilihan yang Tepat. *Katalis Pendidikan: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Matematika*, 2(2), 208-218.
- Maulana, I. (2022). Peran Penggunaan Search Engine Optimization dan Media Sosial sebagai Media Promosi dalam Meningkatkan Minat Beli E-Commerce Elevenia pada Mahasiswa Kabupaten Purwakarta. *Eqien - Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 12–18. <https://doi.org/10.34308/eqien.v9i2.384>
- Maulina, S. N., dan Djastuti, I. (2024). Pengaruh Kepuasan Kompensasi terhadap Kinerja Karyawan dengan Disiplin Kerja sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Karyawan PT Pura Unit Engineering). *Diponegoro Journal Of Management*, 13(1), 1–10.
- Mawa, S. F., dan Cahyadi, I. F. (2021). Pengaruh Harga, Online Customer Review, dan Rating terhadap Minat Beli di Lazada. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 9(2), 253–278.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., and Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734.
- Meliyah, N., Nurhasanah, N., Rayhan, H., dan Khair, O. I. (2025). Pemanfaatan E-Commerce oleh UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal. *Jurnal Sains, Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Hukum*, 2(3), 223–230.
- Montolalu, B. M., Ogi, I. W. J., dan Raintung, M. C. h. (2024). Trust sebagai Pemediator Pengaruh Online Customer Review dan Brand Awareness terhadap Purchase Intention pada E-Commerce Shopee oleh Konsumen di Kecamatan Airmadidi. *Jurnal EMBA*, 12(3), 153–164.

- Muchyidin, Y., Basalamah, M. R., dan Wahono, B. (2025). Pengaruh Perceived Price, Brand Experience dan Merchandising Visual terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Sardo Malang (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Islam Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 14(02), 158–169.
- Muhtadi, M. A., Kurniaji, K., Juniansyah, M. A., dan Hamijaya, M. W. (2022). Literature Review: Pengaruh Online Shop terhadap Kepuasan Belanja Konsumen. *Seniman Transactions on Management and Business*, 3(1), 1–10.
- Munthe, M. N., Utama, H., dan Sari, D. S. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Online di E-Commerce Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 25(2), 1–15.
- Mutmainah. (2025). Pengaruh Ulasan Online terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Platform Shopee. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, 4(3), 696–706.
- Natasya, A. E., Jauhari, A., dan Wahyu, B. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Larissa Aesthetic Center. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 1(4), 178–180.
- Naufal, A. R., Wahono, R. S., dan Syukur, A. (2015). Penerapan Bootstrapping untuk Ketidakseimbangan Kelas dan Weighted Information Gain untuk Feature Selection pada Algoritma Support Vector Machine untuk Prediksi Loyalitas Pelanggan. *Journal of Intelligent Systems*, 1(2), 98–108.
- Nikmatulloh, A. A., dan Wijayanto, A. (2019). Pengaruh Kesadaran Merek, Kepercayaan, dan Harga terhadap Minat Beli Online pada Marketplace Bukalapak (Studi pada Pengguna Bukalapak di Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(10), 837–848.
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M. H., Lestari, W. J., Khatimah, H., dan Fatima, M. (2021). *Teori Perilaku Konsumen* (A. Jibril (ed.)). PT. Nasya Expanding Management.
- Nurdewi. (2022). Implementasi Personal Branding Smart Perwujudan Bangga Melayani di Provinsi Maluku Utara. *Sentri: Jurnal Riset Ilmiah*, 1(2), 297–303.
- Nurrokhim, A., dan Widyastuti, E. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Online Customer Review, dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee di Masa Pandemi Covid-19 dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *Journal of Management and Digital Business*, 1(2), 122–134.
- Parinussa, R., Salhuteru, A. C., dan Pattipeilohy, V. R. (2024). Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Minyak Goreng Camar pada Minimarket Indomaret Cabang Diponegoro Kota Ambon. *Jurnal Administrasi Terapan*, 3(1), 27–35.

- Phang, S., dan Tunjungsari, H. K. (2025). Pengaruh Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, dan Customer Loyalty terhadap Restoran Hot Pot. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 7(2), 668–675.
- Polii, D. E. L., Tumbel, A. L., dan Samadi, R. L. (2023). Pengaruh Tampilan Web, Kepercayaan, dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Bertransaksi pada Marketplace Shopee di Manado. *Journal EMBA*, 11(3), 502–511.
- Polii, M. G. M., Sondakh, T. D., Raintung, J. S. M., Doodoh, B., dan Titah, T. (2019). Kajian Teknik Budidaya Tanaman Cabai (*Capsicum annum L.*) Kabupaten Minahasa Tenggara. *Eugenia*, 25(3), 73–77.
- Pramono, A., Eldine, A., dan Muniroh, L. (2020). Pengaruh Harga, Ulasan, dan Tampilan Produk terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Jurnal Manager*, 3(3), 421–432.
- Prasetyo, A. Y. (2025). Interpretasi dan Pelaporan Hasil Analisis PLS-SEM dalam Penelitian Manajemen. *Journal of Accounting, Management, Economics, and Business*, 3(3), 146–158.
- Prasetyo, F. H., Warsito, B., dan Sugiharto, A. (2024). Aplikasi Analisis PLS-SEM Berbasis R Shiny dan Penerapan UTAUT2 untuk Evaluasi Penerimaan Sistem Informasi. *Jurnal Sains dan Teknologi*, 13(1), 147–158.
- Pratama, D. W., dan Santoso, S. B. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen pada Produk Stuck Original. *Diponegoro Journal Of Management*, 7(2), 1–11.
- Pratama, G. (2020). Analisis Transaksi Jual Beli Online Melalui Website Marketplace Shopee Menurut Konsep Bisnis di Masa Pandemi COVID-19. *Ecopreneur: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(2), 21-34.
- Pratama, Y. D., dan Widayati, C. (2025). Pengaruh Kepercayaan, Customer Review, Customer Rating terhadap Minat Beli pada E-Commerce Blibli. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 6(4), 222–235. <https://doi.org/10.38035/jimt.v6i4.4665>
- Pratiwi, V. A., Daryati, Y., dan Anggraeni, C. (2023). Pengaruh Ulasan Online terhadap Keputusan Pembelian Skincare Korea di Sparklelle Shop. *Jurnal Riset Manajemen, Bisnis, Akuntansi dan Ekonomi*, 2(1), 20–50.
- Pebri, P., dan Anggeraini, F. (2024). Studi Kuantitatif: Pengaruh Kesadaran Konsumen, Kepercayaan Merek, dan Sertifikasi Halal terhadap Minat Beli di Bagus Bakery. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen*, 2(4), 135–146. <https://doi.org/10.47861/sammajiva.v2i4.1535>
- Purnama, C. K., Welsa, H., dan Cahyani, P. D. (2024). Pengaruh Online Customer Review dan Rating terhadap Minat Beli (Purchase Intention) dengan Trust sebagai Variabel Intervening pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Konsumen Shopee di Yogyakarta). *Journal of Comprehensive Science*, 3(7), 1864–1876.

- Putri, P. O., dan Malika, N. K. F. A. (2025). Pengaruh Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Shopee. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosia*, 6(8), 60-77.
- Riyadini, N. G., dan Krisnawati, W. (2022). Content Marketing Brand Awareness, and Online Customer Review on Housewives' Purchase Intention on Shopee. *Interdisciplinary Social Studies*, 1(6), 733–741.
- Rohmatulloh, C., dan Sari, D. (2021). Pengaruh Online Customer Review terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening pada Shopee. *E-Proceedings of Management*, 8(3), 58–66.
- Rosdiana, R., dan Haris, I. A. (2018). Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *International Journal of Social Science and Business*, 2(3), 169. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v2i3.16240>
- Rosdiana, R., Haris, I. A., dan Suwena, K. R. (2019). Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 318. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v11i1.20164>
- Saehu, Oktarina, Marsellinus, dan Isnardono. (2025). Ulasan Pelanggan Daring dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian di Kalangan Mahasiswa FIA Unija. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1), 22–30. <https://jurnal.universitaskabarta.ac.id/index.php/jurnal-fia-unija>
- Sahabuddin, R., Risnayani, A., Rofiidah, S. A., dan Dipoadmodjo, T. S. P. (2024). Analisis Dampak Review Produk di Shopee terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan Pelanggan sebagai Mediator. *Journal Management dan Economics Review (JUMPER)*, 2(1), 43–52.
- Samodro, D., Ummah, A., dan Wahidin, D. T. S. (2024). Pemanfaatan Lokapasar sebagai Sarana Promosi dan Pemasaran Digital Bagi Potensi Ekonomi Desa Baros, Kabupaten Serang. *Jurnal Ikraith-Abdimas*, 8(2), 22–29.
- Samsiyah, S., Latif, N., Aprilia, C. D., Auliansyah, A. R., Raditya, G., dan Zukar, M. (2023). *Perilaku Konsumen*. Mega Press Nusantara.
- Sanaky, M. M., Saleh, L. M., dan Titaley, H. D. (2021). Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keterlambatan pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah Musrifah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439.
- Santoso, A., Bawono, I. R., Manalu, V. G., Sulaiman, E., dan Purnomo, R. A. (2025). From Stimulus to Response: How Shopping Experience and Information Safety Drive Online Purchase Decisions. *PaperASIA*, 4(6), 244–255.
- Santoso, H., Akbar, Z., dan Helmina. (2022). Analisis Sistem Informasi Keberhasilan Website Siap PPDB Online Dinas Pendidikan Provinsi Jambi dengan Metode Delphi dan McClean. *Jurnal Informatika, Sistem Informasi dan Kehutanan (Forsinta)*, 1(2), 70–82.

- Satria, R., dan Imam, D. C. (2024). Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT Bahtera Adi Jaya Periode 2018-2022. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis Syariah*, 6(7), 5490–5500. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i7.3020>
- Septiyaningtyas, V. D., dan Irmawati. (2025). Pengaruh Quality of Work Life dan Lingkungan Kerja terhadap Innovative Work Behavior Pimpinan Komisariat Imm Moh. Hatta Feb yang Dimediasi oleh Pola Komunikasi. *SEIKO : Journal of Management and Business*, 8(1), 168–192.
- Septyadi, M. A. K., Salamah, M., dan Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian dan Minat Beli Konsumen pada Smartphone: Harga dan Promosi. *JMPIS (Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial)*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Sihombing, P. R., Arsani, A. M., Oktaviani, M., Nugraheni, R., Muhammad, I., dan Wijaya, L. (2024). *Aplikasi SmartPLS 4.0 untuk Statistisi Pemula* (I. Marzuki (ed.); Issue October). Minhaj Pustaka.
- Simanjuntak, G. M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Perceived Price, dan Brand Image terhadap Niat Membeli Konsumen TV dari Jepang Dimediasi oleh Kepercayaan Konsumen. *Jesya*, 6(2), 2351–2361. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1271>
- Siskawati, S., dan Fachrunnisa, O. (2025). Pengaruh Harga dan Online Customers Review terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada Marketplace Shopee). *ECo-Buss: Economics and Business*, 8(1), 1–14. <https://doi.org/10.32877/eb.v8i1.2979>
- Sofyani, H. (2025). Penggunaan Teknik Partial Least Square (PLS) dalam Riset Akuntansi Berbasis Survei. *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 9(1). <https://doi.org/10.18196/rabin.v9i1.2619>
- Stansyah, M. R., Choirunnisa, R., Tegar, M., dan Putri, S. S. A. (2023). Analisis Pengaruh Minat Beli Konsumen terhadap Pembelian Makanan dan Minuman Melalui Aplikasi Go-Food. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(1), 43–49. <https://doi.org/10.26740/jptn.v11n1.p43-49>
- Sudaryono. (2011). Aplikasi Analisis (Path Analysis) Berdasarkan Urutan Penempatan Variabel dalam Penelitian. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 17(4), 391–403.
- Sudirman, A., Amperawati, E. D., Harahab, D. F., Sulhaini, Abdurrahman, Wardhana, A., Rinuastuti, B. H., Paransa, R. P. J., Z, M. S., Adinegara, G. N. J., Genadi, Y. D., dan Sayuti, M. (2024). *Manajemen Pemasaran Berbasis Pelanggan* (H. F. Ningrum (ed.1)). Media Sains Indonesia.
- Sulistianingsih, D., Setiawan, A., dan Adhi, Y. P. (2023). Adaptasi Strategi Perlindungan Kekayaan Intelektual di Lokapasar. *Hukum dan Politik*, 1(2), 218–242.

- Sulung, U., dan Muspawi, M. (2024). Memahami Sumber Data Penelitian. *Jurnal Edu Research : Indonesian Institute for Corporate Learning and Studies (IICLS)*, 2(2), 110–116.
- Supriadi, Karim, H. A., dan Innaninengseh. (2022). Respon Berbagai Jenis Mulsa dan Kombinasi Pupuk Fosfor (P) terhadap Pertumbuhan dan Produksi Tanaman Cabai Besar. *Jurnal Agroterpadu*, 1(1), 24–28. <https://doi.org/10.35329/ja.v1i1.2817>
- Susanto, L., Yanti, Viriany, dan Wirianata, H. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Akuntansi Mengikuti Uskad. *Jurnal Bina Akuntansi*, 7(2), 124–141.
- Sutrisno, I. E., Iman, M. F., Arifin, M. J., dan Rahmawati, I. D. (2024). Peran Pemasaran Digital dan E-Commerce terhadap Performance Marketing pada Usaha Oleh-oleh Khas Sidoarjo. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 2563–2573. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Taan, H. (2021). Kemudahan Penggunaan dan Harga terhadap Minat Beli Online Konsumen. *E-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 8(1), 89–96.
- Valerian, C., dan Ismail, H. A. (2024). Pengaruh Keterjangkauan Harga, Kualitas Produk, Lokasi, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen dan Profesional*, 5(2), 246–252.
- Vebriansyah, R. (2018). *Tingkatkan Produktivitas Cabai*. Penebar Swadaya Grup.
- Waleleng, J. J., Tewal, B., dan Lumanauw, B. (2024). Pengaruh Kompetensi dan Kompensasi terhadap Kepuasan Kerja Karyawan PT. Bank Sulutgo Kantor Cabang Calaca di Manado. *Jurnal EMBA*, 12(3), 379–388.
- Waluyo, A., dan Trishananto, Y. (2022). Customer Review dan Influencer terhadap Keputusan Pembelian dengan Variabel Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *Srikandi: Journal of Islamic Economics and Banking*, 1(2), 103–112.
- Wardhana, A. (2024). *Perilaku Konsumen di Era Digital*. In Eureka Media Aksara. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Wasiat, F. A. I., dan Bertuah, E. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Social Media Influencer terhadap Niat Beli Produk Fashion pada Generasi Milenial Melalui Customer Online Review di Instagram. *Sinomika Journal*, 1(3), 513–532.
- Yamin, S. (2021). *Smartpls 3, Amos dan Stata: Olah Data Statistik (Mudah dan Praktis)* (Vol. 1). Dewangga Energi Internasional Publishing.
- Zuhdi, D. A., Yasya, W., dan Dwinarko. (2023). Pengaruh Kepercayaan dan Pengalaman Pembelian Online terhadap Minat Beli di E-Commerce Shopee. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 261–277.