

REFERENCES

- Adhari, I (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust. Pasuruan, Jawa Timur: Cv. Penerbit Qiara Media*
- Aldilla Septiana. (2021). *Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Islam, Jurnal Dinar, Vol. 1. No. 4.*
- Anggawi, Tb. I., & Fitri, R. (2024). The Mediation Role Of E-Trust Toward Perceived Reputation, Perceived Usefulness And E-Purchase Intention In Bukalapak. *Journal Of Economics, Finance And Management Studies, 07(06)*. <https://doi.org/10.47191/Jefms/V7-I6-41>
- Anisa, M. (2020). *Pengaruh Green Marketing, Label Halal, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Korea Dalam Prespektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Kosmetik Innisfree Di Banjarmasin)*. <https://idr.uin-antasari.ac.id/15755/6/Skripsi%20meidiyani%20anisa%20bab%20%203.Pdf>
- Aisyah, A., Fitri, A., & Syahbudin, F. (2021). Analysis Of The Effect Of Price And Product Reviews On Online Purchase Decisions Through Shopee In The Midst Of The Covid-19 Pandemic (A Case Study: Shopee Consumers In Banjarnegara Regency, Central Java). *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, 9(2)*, 16–45. <https://doi.org/10.46899/Jeps.V9i2.282>
- Bahri, M. S., Tumini, T., & Sela, R. P. (2022). *Mengungkap Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Mebel. Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik, 9(2)*, 312–319. <https://doi.org/10.37606/Publik.V9i2.324>
- Bekti Kumoro, W., & Denpharanto Agung Krisprimandoyo. (2023). The Effect Of Service Quality, Reputation, And Perceived Price On Purchase Decisions With Customer Satisfaction As An Intervening Variable (Study On Parents Of Students At Ciputra School Surabaya). *Sinergi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen, 13(2)*, 83–94. <https://doi.org/10.25139/Sng.V13i2.7103>
- Dasser, A. M., Dotulong, L. O., & Loindong, S. S. (2024). *Pengaruh Corporate Reputation Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia Oleh Konsumen Desa Tateli Satu Yang Dimediasi Oleh Trust*. File:///C:/Users/Hp/Desktop/Alice+Maria+Dasser.Pdf
- Dewi, F. E., Kuntardina, A., & Adiputra, E. (2022). *Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Stie Cendekia Bojonegoro Angkatan 2017)*. File:///C:/Users/Hp/Desktop/Jemb+Vol+1+Edisi+2+Artikel+02.Pdf

- Elwalda, A., & Lu, K. (2021). The Impact Of Online Customer Reviews (Ocrs) On Customers' Purchase Decisions: An Exploration Of The Main Dimensions Of Ocrs. *Journal Of Customer Behaviour*, 15(2), 123–152. <https://doi.org/10.1362/147539216x14594362873695>
- Ependi. (2023). Online Customer Reviews And Online Customer Ratings On Purchase Decisions. *International Conference On Economic Business Management, And Accounting*, 02, 481–491.
- Febrianty, R. P. (2024). *Pengaruh Live Streaming Dan Online Customer Review Terhadap Purchase Decision Di Tiktok Shop Melalui Customer Trust Pada Mahasiswa Universitas Swasta Kota Medan*. <http://repository.umsu.ac.id/bitstream/handle/123456789/24667/Skripsi%20rizky%20putri%20febrianty%20lux.pdf?sequence=1&isallowed=Y>
- Firdaus Firdaus, Martini Martini, Srisulistiyarningsih, & Meizar Effendi. (2023). The Role Of Consumer Trust As An Intervening Variable In Purchasing Decisions In Lazada E-Commerce: A Study Of Indonesian Society. *International Conference On Digital Advanced Tourism Management And Technology*, 1(1), 555–567.
- Ghozali, I. (2023). *Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0*. Pdf. Universitas Diponegoro.
- Gunawan, Imam. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif. Teori Dan Praktik*. Jakarta: Pt Bumi Aksara. Ikatan Akuntan Indonesia
- Gunawan, D., Pratiwi, A. D., Arfah, Y., & Hartanto, B. (2021). *Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing*. Inovasi Pratama Internasional.
- Haning. (2020). *Public Trust Dalam Pelayanan Organisasi Publik, Konsep, Dimensi Dan Strategi*. Upt Unhas Press : Makassar.
- Herlambang, F, Wachjuni And Weli, H. G. (2023). Customer Ratings In The Shopee Marketplace Using Consumer Trust As Anintermediate Variable And Their Influence On Purchase Decisions. *Indonesia Jorunal Of Business And Economics*.
- Indriyani, F. (2023). The Influence Of Promotion And Online Customer Reviews On Purchase Decisions At Shopee In Bogor City. *International Journal Of Applied Finance And ...*, 7(2), 95–104. <https://www.ijafibs.pelnus.ac.id/index.php/ijafibs/article/view/179%0ahttps://www.ijafibs.pelnus.ac.id/index.php/ijafibs/article/download/179/121>
- Johanes (2023) *Pengaruh Reputasi, Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap*

Keputusan Pembelian Pada Pt Sri Indah Mandiri Batam. Skripsi Thesis, Prodi Manajemen.

- Indra, D., Mushafa, H. H., Setiono, S., & Pratama, D. R. P. (2022). *Pengaruh E-Rating Dan E-Review Dengan E-Trust Sebagai Mediasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Lazada Di Dago, Bandung)*. [Http://Ekonomis.Unbari.Ac.Id/Index.Php/Ojsekonomis/Article/View/568/295](http://Ekonomis.Unbari.Ac.Id/Index.Php/Ojsekonomis/Article/View/568/295)
- Iskandar, R. A., & Patmarina, H. (2024). The Role Of Online Customer Reviews And Online Customer Ratings On Purchasing Decisions On E-Commerce Shopee. *International Journal Of Economic, Business And Innovation Research (Ijebir)*, 3(2), 872–885. [Https://E-Journal.Citakonsultindo.Or.Id/Index.Php/Ijebir/Article/View/797](https://E-Journal.Citakonsultindo.Or.Id/Index.Php/Ijebir/Article/View/797)
- Jain, V., Malviya, B., & Arya, S. (2021). An Overview Of Electronic Commerce (E-Commerce). *Journal Of Contemporary Issues In Business And Government*, 27(3). [Https://Doi.Org/10.47750/Cibg.2021.27.03.090](https://doi.org/10.47750/Cibg.2021.27.03.090)
- Kamisa, N., Devita, A. & Novita, D. (2022). *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen (Studi Kasus: Pengguna Shopee Di Bandar Lampung)*. *Journal Of Economic And Business Research*, 2(1), 21-29.
- Leksono, P. (2021). "Analysis Of Effect Perceived Of Risk And Perceived Of Reputation On Purchase Decision On Cosmetics Online Shopping ". *Indikator Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis Mercu Buana*, 5(2), 2–9.
- Maharani. (2023). *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Implora Cheek & Liptint Di Shopee Pada Pelanggan Implora Cosmetics Di Desa Bangun Sar*. 1–85.
- Mulyati, Yofina & Gesitera, Grace. (2020). *Jurnal Maksipreneur. Pengaruh Online Customer Review Terhadap Purchase Intention Dengan Trust Sebagai Intervening Pada Toko Online Bukalapak Di Kota Padang. Vol 9 No 2. Hal 173- 194*
- Mulyono, H. (2021). Online Customer Review And Online Customer Rating On Purchase Intention In Online Shop. *International Journal Of Research And Review (Ijrrjournal.Com)*, 8(January), 1.
- Marlien, R. A., Putri, C., Basiya, R., & Suteja, B. (2020). Analysis Of Factors Affecting Consumer's Purchase Intention Impact On Customer Behavior Outcomes. *Advances In Economics, Business And Management Research*. [Https://Doi.Org/10.2991/Aebmr.K.210311.086](https://doi.org/10.2991/Aebmr.K.210311.086)

- Naomi, P. E., Baraba, R., & Saputra, M. H. (2022). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Berbelanja Secara Online*. *Segmen Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 12(1d), 1–12
- Natasya, W. D. P., Musa, M. I., Haeruddin, M. I. W., Hasbiah, S., & Aslam, N. F. (2024). Influence Of Online Customer Review And Online Customer Rating On Purchasing Decision On Shopee E-Commerce. *Journal Of Business Management And Economic Development*, 2(02), 740–750. <https://doi.org/10.59653/Jbmed.V2i02.720>
- Ningrum, N. K. (2024). *Pengaruh Costumer Review Dan Influencer Review Pada Niat Beli Di Aplikasi Shopee Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderasi*. *Jurnal Emt Kita*, 8(1), 112–122. <https://doi.org/10.35870/Emt.V8i1.1919>
- Nurchaya, V. G. (2023). (Thesis). *Analisis Pengaruh Online Customer Review Dan E-Service Quality Terhadap Purchase Decision Melalui Trust Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Bukalapak Di Jabodetabek*. Retrieved 2024, From https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/72282/1/Skripsi_Vika%20ghina%20nurchaya_Fix_Last.Pdf.
- Nurhaliza, N. (2022). *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Muslim Milenial Pengguna Marketplace Shopee Di Kota Mataram)*. <https://etheses.uinmataram.ac.id/4583/1/Nina%20nurhaliza%20210404014.Pdf>
- Nurmanah, I., & Nugroho, E. S. (2021). Pengaruh Kepercayaan (Trust) Dan Kualitas Pelayanan Online (E-Service Quality) Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Bukalapak. *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(1), 11. <https://doi.org/10.31602/Atd.V5i1.3384>
- Osterwalder, A. (2021) *Business Model Generation*, John Wiley & Sons, Inc.
- Oetarjo, M., Rohim, D. A. G., Firdaus, V., & Togayev, S. S. (2023). *Online Reviews And Ratings Shape Purchasing Decisions In Indonesian E-Commerce* (Vol. 1). Atlantis Press Sarl. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-052-7_61
- Ovaliana, W. D., & Mahfudz, M. (2022). *Pengaruh Online Customer Review dan Customer Rating terhadap Kepercayaan Konsumen Dan Keputusan Pembelian make Over Pada Marketplace Shopee Di Kota Semarang*. *Pengaruh Online Customer Review dan Customer Rating terhadap*

Kepercayaan Konsumen Dan Keputusan Pembelianmake Over Pada Marketplace Shopee Di Kota Semarang.
<https://Ejournal3.Undip.Ac.Id/Index.Php/Djom/Article/View/36528/28083>

- Pasaribu, V. L. (2022). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Tvs.* *Business Management Journal*, 18(1), 37. <https://doi.org/10.30813/Bmj.V18i1.2829>
- Pramudita, D. T., Gunawan, N. F., Ningsih, M. C., Adilah, R., Program, M. S., Manajemen, S., Bhayangkara, U., Raya, J., & Penulis, K. (2022). *Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan: Harga Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran).* *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1).
- Pratama, R. S., & Djastuti, I. (2023). *Analisis Pengaruh Kualitas Website Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Trust Dalam Meningkatkan Keputusan Keikutsertaan Pekerja Formal Pada Bpjs (Studi Pada Peserta Bpjs Ketenagakerjaan Di Kota Semarang).* <https://repofeb.undip.ac.id/12286/>
- Puspita, Y. D., & Setyowati, W. (2023). *Determinan Keputusan Pembelian Dimediasi Kepercayaan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Grabfood Di Kota Bandung.* *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 102–115. <https://doi.org/10.35829/Magisma.V11i1.283>
- Putra, A. (2021). *Faktor – Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kepercayaan Konsumen Dan Implikasinya Pada Minat Pembelian Ulang Produk Sunnygold (Studi Kasus Pada Konsumen Sunnygold Di Jakarta Selatan).* *Jurnal Doktor Manajemen (Jdm)*, 2(1), 196. <https://doi.org/10.22441/Jdm.V3i2.10205>
- Putra, D. P., Suprihartini, L., & Kurniawan, R. (2021). *Celebrity Endorser, Online Customer Review, Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Marketplace Tokopedia.* *Bahtera Inovasi*, 5(1), 57–65. <https://doi.org/10.31629/Bi.V5i1.3800>
- Putri, N., & Hadi, E. D. (2023). *Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Dengan Kepercayaan Sebagai Mediasi Dan Emotional Sebagai Moderasi.* [file:///C:/Users/Hp/Desktop/17.+Artikel+Nuraisyah+Putri+\(Marketing\).Pdf](file:///C:/Users/Hp/Desktop/17.+Artikel+Nuraisyah+Putri+(Marketing).Pdf)
- Putri, N. A. S., & Haryantini. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Serab Coffee Brewery Di Depok Jawa Barat.* *Jorapi : Journal Of Research And Publication Innovation*, 2(4), 1933–1943.

- Rahman, A. M. (2022). *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia Di Kecamatan Medan Johor)*. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area*, 84.
- Ragatirta, L. P., & Tiningrum, E. (2021). *Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Rown Division Surakarta)*. *Excellent*, 7(2), 143–152. <https://doi.org/10.36587/Exc.V7i2.793>
- Robbins, S, P. & Coulter, M. (2020). *Management 12th Edition*. United ... *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Sartika, D. (2021). *Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Pekanbaru*. <https://scholar.google.com/scholar?oi=bibs&cluster=4312274429738671846&btni=1&hl=en>
- Sawlani, Dhiraj Kelly. (2021) *Digital Marketing: Brand Images*. Surabaya: Pt. Scopindo. Media Pustaka.
- Shafa, P. M., & Hariyanto, J. (2020). *Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Berbelanja Online Melalui Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Bekasi)*. *Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Berbelanja Online Melalui Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Bekasi)*.
- Sibghatullah, Am, Wiyadi Dan M. Sholahuddin. (2023). *The Influence Of Online Customer Review And Online Customer Rating On Interest To Repurchase In The Shopee Marketplace With Trust As An Intervening Variable*. *South East Asia Journal Of Contemporary Business, Economics And Law*, Vol. 29, Issue 1 (August) Issn 2289-1560
- Shidieq, Fakhrol Muhammad (2020) *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen Milenial Kota Bandar Lampung Pada Aplikasi Shopee*. Skripsi Thesis, Iib Darmajaya
- Soekotjo, Edward. (2022). *Pengaruh Online Customer Review Terhadap Kepercayaan Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dnd Pet Di Marketplace Shopee*. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, Volume 7, Nomor 5, Hal 584-594.

- Sudaryono. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: Cv Andi Offset.
- Sukardi, I., Fasa, M. I., & Suharto, P. (2023). *Pandangan Islam Menggunakan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Produk Bank Syariah*. *Jmb : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 12(1), 34. <https://doi.org/10.31000/Jmb.V12i1.7394>
- Susilo. A. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gramedia.
- Syah, A. (2021). *Manajemen Pemasaran Kepuasan Pelanggan*. In *Universitas Nusantara PGRI Kediri (Vol. 01)*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Wang, A. P. P. (2023). *Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Aplikasi Shopee Mahasiswa Kota Medan*. <https://repository.umsu.ac.id/bitstream/handle/123456789/22823/Revisi%20anggun%20wang%205.pdf?sequence=1&isallowed=Y>
- Zahara, A. N., Rini, E. S., & Sembiring, B. B. K. F. (2021). *The Influence Of Seller Reputation And Online Customer Reviews Towards Purchase Decisions Through Consumer Trust From C2c E-Commerce Platform Users In Medan, North Sumatera, Indonesia*. https://www.ijrrjournal.com/ijrr_vol.8_issue.2_feb2021/ijrr055.pdf
- Zheng, Lili. (2021). The Classification Of Online Consumer Reviews: A Systematic Literature Review And Integrative Framework. *Journal Of Business Research* volume 135, October 2021, Pages 226-251.