

REFERENCES

- Al Aradatin, Sulton Ali, Basthoumi Muslih, and Restin Meilina. (2021). —Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Aktif Prodi Manajemen Angkatan 2017 UNP Kediri)l. Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi. Vol. 6. No. 1.
- Alma, B. (2020). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Ariyanto, A. (2023). Manajemen Pemasaran. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Assauri, Sofjan. 2022. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Press.
- Bahari, Moh Fajar, and Rizky Dermawan. (2022). —Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Tokopedia di Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk. SEIKOL. Journal of Management & Business. 4.2 (2021): 138-142.
- Darmawan, Mohammad Dandy Agung, dan Laily, Nur. 2022. Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap Minat Beli Konsumen Marketplace Tokopedia Melalui Trust Sebagai Variabel Interveningnya. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Volume 11, Nomor 6, Hal 1-17.
- Daulay, Nuraini. 2020. Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Medan Labuhan). Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Erika, Noor and Widyastuti. (2023). Pengaruh Product Diversity, Store Atmosphere, Dan Lokasi Terhadap Repurchase Intention Konsumen Pada Deliwafa Store Sidoarjo. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Agustus 2023, 9 (15), 491-502 DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.8216403> p-ISSN: 2622-8327 e-ISSN: 2089-5364
- Evita, M. D. 2020. Pengaruh promosi dan keragaman produk terhadap keputusan penggunaan fashion e-commerce Berrybenka.
- Firmansyah Anang. (2020). Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran). Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Fitriah, L., Srihandayani, C.M . 2021. Pengaruh Harga, Promosi dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya). Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR), 2(1), 89-97

- Harjadi, D., & Fatmasari, D. (2024). Pengantar Bisnis, Teori dan Konsep. UNIKU Press
- Harli, I. I., Mutasowifin, A., & Andrianto, M. S. (2021). Pengaruh Online Consumer Review dan Rating terhadap Minat Beli Produk Kesehatan pada E-Marketplace Shopee Selama Masa Pandemi COVID-19. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 558-572.
- Hebohseo, H. (2023). *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*. Malang: Muhammadiyah.
- Ikbar, Idel Eg Nidia, Sri Dwiyantri, Nia Kusstianti, Dindy Sinta Megasari. (2024). Kualitas Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Make-Up Artis Dalam Pemilihan Foundation Untuk Tata Rias Wajah Pengantin Internasional. *e-jurnal*. Volume 13 Nomer 2 (2024), Edisi Yudisium 2 Tahun 2024, hal 95-101
- Janie, Dyah Nirmala Arum. (2022). Statistik Deskriptif & regresi Linier Berganda dengan SPSS. Semarang: Semarang University Press.
- Laily, Nurul, Nasrin Jannesar & M. Dian Ruhamak (2021). The Influence of Online Customer Reviews, Online Customer Ratings, and Trust on Purchasing Decisions Through the Shopee Marketplace. *Jurnal*.
- Lestari, Fajar Bakti. (2020). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Marketplace Di Kota Tegal, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pancasakti Tegal.
- Nugraha, Jefri Putri. (2021). Teori Perilaku Konsumen, Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Priyatno, Duwi. (2023). Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS. Yogyakarta: Media Kom.
- Putri, Melisa. (2020). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Lazada Di Kecamatan Rumbio Jaya. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Rachmadi, Tri. The Power Of Digital Marketing, (Ebook: Tiga Ebook, 2020), h. 6
https://www.google.co.id/books/edition/The_Power_Of_Digital_Marketing/RCzyDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=manfaat+digital+marketing&printsec=frontcover
- Rahayu, Agus, Dian Herdiana Utama, Ririe Novianty. (2020). The Impact of Online Customer Reviews on Purchase Intention in Online Marketplace.

Proceedings of the 5th Global Conference on Business, Management and Entrepreneurship (GCBME 2020)

- Stefani, Nadiya Tazkiyatunnisa, Rivai, Agung Kresnamurti, Aditya, Shandy. 2023. Pengaruh Perceived Risk Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Pada Pengguna Marketplace Di Kota Bekasi. *Sinomika Jurnal*, Vol. 1, NO.5, Hal 1311-1322
- Suryawan, T. G. A. W. K., Sumerta, I. K., Vataru, I. G. A., & Abdullah, S. (2024). 59 The Impact of Online Reviews and Ratings toward Shopee's Customer Purchase Intention in Gianyar Regency. *JBTI : Jurnal Bisnis : Teori Dan Implementasi*, 13(3), 176–192. <https://doi.org/10.18196/jbti.v13i3.16655>
- Thomas, Marc-Julian, Bernd W. Wirtz & Jan C. Weyerer. (2020). Determinants Of Online Review Credibility And Its Impact On Consumers' Purchase Intention. *Journal of Electronic Commerce Research*, VOL 20, NO 1.
- Wicaksana, Grieffanny Pranata. (2022). *Pemasaran Kewirausahaan Sosial dari Perspektif Teori*. Malang: Inara Publisher
- Wu, Yingyi Haiquan Chen, Hu'an Wang. (2019). The Influence of Product Diversity on Consumers' Impulsive Purchase in Online Shopping Environment. *American Journal of Industrial and Business Management*, No. 9 Vo. 3.
- Yaras, Eyyup, Meltem Yetkin Özbük & Duygu Aydin Üna. (2020). Factors Affecting Consumers' Intention to Purchase Online. *Journal of Internet Applications and Management*.