

DAFTAR PUSTAKA

- Adabi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Indihome Di Witel Telkom Depok Influence Of Brand Image, Service Quality And Consumer Confidence On Indihome Purchasing Decisions At Telkom Telecommunications. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 32-39.
- Aditya, & Krisna (2021). *Riset Populer Pemasaran Jilid 1*. CV Budi Pustaka
- Alamsyah, N., & Saino. (2022). "Pengaruh Fitur Produk dan Promosi Cashback Terhadap Keputusan Pembelian". *Akuntabel*, 165.
- Alifah R. (2022). "Keputusan Pembelian E-Commerce Melalui Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi Dan Kualitas Interaksi Layanan Web" *Ekonomi Bisnis* 19, no. 1 (Januari 2018): 61, <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/ekobis/article/view/2925>.
- Amelia, I. R. (2022). "Pengaruh Review Pelanggan Dan Acara Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Impulse Buying Sebagai Variabel Intervening"(Studi Pada Pengguna Shopee Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 11(6), 1–13.
- Arda, M., & Andriany, D. (2019). Analisis Faktor Stimuli Pemasaran Dalam Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Generasi Z. *Jurnal Intekna*, 19(2), 115–120.
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, M. A. (2019). "Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee" . *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–11.
- Armaniah, H., Marthanti, A. S., & Yusuf, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Bengkel AHASS Honda Tangerang. *Managerial-Jurnal penelitian ilmu manajemen*, 2(2), 62-72
- Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse The Effect of Promotion and Product Quality on the Purchase Decision of Converse Brand Shoes. *Jurnal Akmami (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)*, 2(2), 204–219.
- Bafadhal samira Aniesa. (2020). *Pemasaran Pariwisata*.
- Banjarnahor, Al, R, et al. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.

- Bima, I., Nurfarida, I. N., & Sarwoko, E. (2021). "Determinan Keputusan Pembelian Di Shopee: Online Customer Review, Brand Image Dan Promosi". *Management and Business Review*, 5(2), 239–250.
- Cuong, D. T., & Khoi, B. H. (2019). The relationship Between Service Quality, Satisfaction, Trust and Customer Loyalty a Study of Convenience Stores in Vietnam. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 11(1 Special Issue), 327–333.
- Daulay, R., & Ikram, M. (2019). Analysis Of The Effect Of Service, People And Physical Evidence Quality On Customer Decisions In PT. Bank Tabungan Negara. *ICIS*, 1(1), 83–92.
- Dzikra, F. M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Mobil Ud. Sari Motor Di Pekanbaru. *Eko Dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 11(3), 262–267. <https://doi.org/10.36975/jeb.v11i3.284>
- Erma Laelatul Zahroq, & Asiyah, B. N. (2022). "Analisis Penentu Keputusan Pembelian Dan Implikasinya Terhadap Minat Beli Ulang Pada Pengguna Shopee Generasi-Z". *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(1), 83–98. <https://doi.org/10.53625/juremi.v2i1.2377>
- Fauziah, Y., Dwikotjo, F., Sumantyo, S., & Ali, H. (2023). "Pengaruh Online Consumer Review , Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian". 1(1), 48–64.
- Fauzi, S., & Lina, L. F. (2021). Peran Foto Produk, Online Customer Review, Online Customer Rating pada Minat Beli Konsumen Di E-Commerce. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1).
- Flantiono, J., Zulkarnain, & Pailis, E. A. (2023). "Pengaruh Viral Marketing dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Facebook Marketplace Melalui Consumer Trust". *XI*(1), 45–53.
- Gemilang, W. C., & Laily, N. (2023). "Pengaruh Rating Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Pada Lazada Melalui Trust Sebagai Variabel Intervening".
- Ghozali, Imam. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Glaveli, N. (2021). Corporate social responsibility toward stakeholders and customer loyalty: Investigating the roles of trust and customer identification with the company. *Social Responsibility Journal*, 17(3), 367–383.

- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*.
- Haris, A. (2023). Economics and Digital Business Review Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Volume 4 Issue 2 (2023) Pages 334 - 348 Economics and Digital Business Review ISSN: 2774-2563 (Online)*, 4(2), 334–348.
- Hartanto, B dan L. Indriyani. (2022). *Minat Beli Di Marketplace Shopee*. PT Inovasi Pratama Internasional. Padang.
- Hidayati, N. L. (2019). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 06(03), 77–84.
- Ilmiyah, K. and Krishernawan, I. (2020) ‘Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto’, *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), pp. 31–42. Available at: <https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>.
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kanitra, A. R. (2018). Pengaruh Country Of Origin Dan Online Consumer Review Terhadap Trust Dan Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015 / 2016 dan 2016 / 2017 Tahun Akademik 2017 / 2018 Pembeli Produk Oppo Sm. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 61(1), 64–73.
- Kasinem, K. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329-339.
- Katadata & Kredivo. (2023). *Laporan Perilaku Konsumen e-Commerce Indonesia 2023: Pemulihan Ekonomi dan tren Belanja*. Jakarta: Katadata & Kredivo.
- Kholidah & Arifiyanto. (2020). *Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian*. Penerbit NEM. <https://books.google.co.id/books?id=lzwWEAAAQBAJ>.
- Kotler, Philip, A. (2016). *Principles of Marketing* (Edisi 14). Prentice-Hall Published.
- Kotler, P. (2016). *Marketing Management, 15th edition*. Pearson Education.
- Kotler, P. (2020). *Marketing Management*. Pearson Education Australia.
- Laosuraphon, N., & Nuangjamnong, C. (2022). Factors Affecting Customer Satisfaction, Trust, And Repurchase Intention Towards Online Streaming

- Shopping In Bangkok, Thailand A Case Study Of Facebook Streaming Platform. *AU-HIU International Multidisciplinary Journal*, 2, 21–32.
- Liu, Y., Wan, Y., & Wen, J. (2021). Product Customer Satisfaction Measurement Based On Multiple Online Consumer Review Features. *Information (Switzerland)*, 12(6), 1–16. <https://doi.org/10.3390/info12060234>.
- Nita, L., Pasi, K., & Sudaryanto, B. (2021). “Analisis Pengaruh Online Customer Review dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Shopee di Kota Semarang)”. *Diponegoro Journal of Management*, 10(3). <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.
- Lokhande, M. J. (2022). Online and Offline Shopping: A Comparative Study. *International Journal of All Research Education and Scientific Methods (IJARESM)*, Volume 10, Issue 12, 775–786.
- Manengal, B. K. J. A. A. Y. P. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Motor Ando Tombatu. *Productivity*, 2(1), 42–46.
- Munawaroh, E. (2021). Brand Trust and Customer Loyalty In Service Companies Health. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Airlangga*, 32(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.20473/jeba.V32I12022.93-102>
- Mu'nis, H., & Komaladewi, R. (2020). Analisis Komparatif Online Customer Review dan Survey Customer Review Marketing mix. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 15(3), 138–148.
- Mustajab, R. (2023). Pengguna E-Commerce RI Diproyeksi Capai 196,47 Juta pada 2023. <https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/pengguna-ecommerce-ri-diproyeksicapai-19647-juta-pada-2023>
- Nainggolan, R., & Purba, E. (2019). Perbaikan performa cluster k-means menggunakan sum squared error (sse) pada analisis online customer review terhadap produk toko online. *Jurnal Times*, VIII(2), 1–8.
- Ovidani, Z., & Hidajat, W. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Dafam Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(2), 167–174.
- Priscillia, M., Budiono, H., Wiyanto, H., & Widjaya, H. (2021). The Effects of Website Design Quality and Service Quality on Repurchase Intention Among Shopee Customers in Jakarta, with Customer Trust as a Mediating Variabel. *Proceedings of the Ninth International Conference on*

- Entrepreneurship and Business Management (ICEBM 2020)*, 174(Icebm 2020), 38–44.
- Putri, I. A. D., & Fikriyah, K. (2023). *Fakultas Ekonomika dan Bisnis/Prodi Ekonomi Islam, Universitas Negeri Surabaya*. 07(01), 1–12.
- Rahman, H., Paramita, N., Hannum, R., & Nurbaiti. (2022). Pengaruh Perangkat Lunak E-Commerce Terhadap Bisnis di Masa Pandemi Covid-19. In *Metta Jurnal Penelitian Multidisiplin Ilmu* (Vol. 1, Issue 1). <http://melatijournal.com/index.php/Metta>.
- Rahmi, & Syafitri. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Minat Beli Masyarakat Secara Online. *Al-Ijtima`i: International Journal of Government and Social Science*, 6(1), 29–42. <https://doi.org/10.22373/jai.v6i1.665>.
- Rakhma, A. F., Pardiman, & Hatneny, A. I. (2020). Pengaruh Product Knowledge, Brand Image Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee (Studi Pada Customer Marketplace Shopee Di Malang). *Jurnal Riset Manajemen*, 115–125.
- Ramli, & Silalahi, R. Yanto Batara. (2020). *Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kualitas produk terhadap tingkat penjualan mobil toyota yaris di wilayah batam*. <https://docplayer.info/191465061-Pengaruhkualitas-pelayanan-persepsi-harga-dan-kualitas-produk-terhadap-tingkatpenjualan-mobil-toyota-yaris-di-wilayah-batam.html>
- Remilo Susanti, S. W. (2023). "Analisis Tagline Shopee, Kualitas Informasi & Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Di Cileungsi". *Cakrawala Repositori IMWI*, 6(4), 1–14.
- Saputro, Arianto. (2019). "Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Floo Cafe Ungaran)". *Diponegoro Journal Of Management*, Vol. 5, No. 4, Hal. 1-14. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Sugiarti, Dwi Ika., Rhoma Iskandar. (2021). "Pengaruh Consumer Review Terhadap Pembeli Terhadap Toko Online Shopee Keputusan." *Jurnal Sosial Dan Teknologi (SOSTECH 1(9):954–62*.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suprpto, S. P., & Azizi, M. Z. W. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Myria Publisher.

- Tatang, M., & Mudiantono. (2019). The Impact Of Website Design Quality, Service Quality, and Enjoyment on Repurchase Intention Through Satisfaction and Trust At Zalora. *Diponegoro Journal Of Management*, 6(5), 1–11.
- Triputranto, A. (2020). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Transaksi E-Pulsa (Studi kasus Di Indomaret Sudirman Tangerang). *Jurnal Disrupsi Bisnis : Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang*, 3(2), 1. <https://doi.org/10.32493/drb.v3i2.6292>
- Utami Christina Whidya., dkk., (2019). *Manajemen Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Waluyo A, Trishananto Y. (2022). Customer Review dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian dengan Variabel Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *Srikandi J Islam Economics Bank*, 104–12.
- Wangi, L. P., & Andarini, S. (2021). Pengaruh Flash Sale dan Cashback Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Pengguna Shopee. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 5, 79–91.
- Wibowo, S. F., Raidah, R. A., & Rahmi. (2019). Analisis Pengaruh E-Service Quality dan Perceived Service Value terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(1), 148–166.
- Wilianti. (2020). Pengaruh Citra Perusahaan, Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 12(2004), 6–25.
- Wilson, N., Keni, K., & Tan, P. H. P. (2019). The Effect Of Website Design Quality and Service Quality on Repurchase Intention In The E-Commerce Industry: A cross-continental analysis. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 21(2), 187–222.
- Yustiani, S., & Ernawati, E. (2022). "Tren Konsumsi Mie Samyang di Kalangan Mahasiswa: Pertimbangan Labelisasi Halal dan Promosi Produk Pada Keputusan Membeli". *Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 4(2), 113–131 <https://doi.org/10.24090/mabsya.v4i2.6666>