

## DAFTAR PUSTAKA

- Almayani, R. N., & Graciafernandy, M. A. (2023). 1800-Article Text-8771-1-10-20230629. 5, 97–107. Anggoro Wilis, R., & Faik, A. (2022). Effect Of Digital Marketing, *Influencer Marketing And Online Customer Review On Purchase Decision: A Case Study Of Cake Shop “Lu’miere.” Petra International Journal Of Business Studies*, 5(2), 155–162. <https://doi.org/10.9744/ijbs.5.2.155-162>
- Anggraeni, T. (2023). Pengaruh Citra Merek, *Celebrity Endorsement Dan Price Discount Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk “Jims Honey” Di Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember.*
- Arda, M., & Andriany, D. (2019). Analisis Faktor Stimuli Pemasaran Dalam Keputusan Pembelian *Online* Produk *Fashion* Pada Generasi Z. *Jurnal Intekna*, 19(2), 115–120.
- 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.*
- Cahaya, A. D., Prabowo, R. E., Stikubank, U., & Semarang, U. (2023). *Purchasing Decisions ( Study On Shopee E-Commerce Users In Central Java Pengaruh Promosi , Online Consumer Review , Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi Pada Pengguna E-Commerce Shopee Di Jawa Tengah ) Data Pengunjung ( Sumber : Iprice ) S. 4(5), 5667–5677.*
- Christoper, N., & Hutapea, J. Y. (2022). Pengaruh *Online Customer Review, Online Customer Rating, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Layanan Go Food Dalam Aplikasi Gojek (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Advent Indonesia).* *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (Jpdk)*, 4(6), 6484–6492. <https://doi.org/10.31004/Jpdk.V4i6.9334>
- Daulay, R., & Mujiatun, S. (2021). *The Appeal Of Advertising And Word Of Mouth*

*To Online Shopping Interests On Shopee Application. Internasional Journal Reglement & Society, 2(1), 45–53.*

Dedhy. 2017. Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor. Vol 14, No 1.

Elwalda, A., & Lü, K. (2016). *The Impact Of Online Customer Reviews ( Ocrs ) On Customers ' Purchase Decision. Journal Of Cutomer Behaviour Brunei University London, 123–125.*

Fadli, Rivaldo, Y., Victor Kamanda, S., & Yusman, E. (2022). *The Effect Of Products, Promotions And Prices On Mizon's Purchasingdecision At Alfamart Sungai Harapan. Jurnal Mantik, 6(2), 2393–2399.*

Fauzi Purnamasari (2021), Pengaruh *Online Customer Review Dan Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Online Di *E-Commerce* Pada Mahasiswa Umsu. Hal 41

Gesitera, G. (2020). Pengaruh *Online Customer Review* Terhadap *Purchase Intention Dengan Trust* Sebagai *Intervening* Pada Toko Online Bukalapak Di Kota Padang. *Jurnal Maksipreneur, 9(2), 173–194.*

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25.* Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.

Guo, J., Wang, X., & Wu, Y. (2020). *Positive Emotion Bias: Role Of Emotional Content From Online Customer Reviews In Purchase Decisions. Journal Of Retailing And Consumer Services, 52(October 2018).* <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101891>

Ha, S. H., Bae, S. Y., & Son, L. K. (2015). *Impact Of Online Consumer Reviews On Product Sales: Quantitative Analysis Of The Source Effect. Applied Mathematics And Information Sciences, 9(2), 373–387.*

Hamzah, U. A. (2023). *The Effect Of Promotion In Tiktok Shop On Purchase Decisions By Students In Medan. Xi(4), 321–330.*

Helwig, N. E., Hong, S., & Hsiao-Wecksler, E. T. (N.D.). No *主観的健康感を中*

心とした在宅高齢者における 健康関連指標に関する共分散構造分析  
Title.

- H.Y. Mokodompit., S.L.H.V.J. Lopian., F. Roring, 2022. “Pengaruh *Online Customer Rating*, Sistem Pembayaran *Cash On Delivery* Dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Di *Tiktok Shop* (Studi Pada Mahasiswa Dan Alumni Equil Choir Feb Unsrat)” Vol 1-2
- Inayah, M. A., Kamal, B., Amaliyah, F., Studi, P., Akuntansi, D.-I., Harapan, P., & Korespondensi, B. (N.D.). Pengaruh *Online Customer Review*, *Promotion*, Dan *E-Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Di *Marketplace* Indonesia Pada Mahasiswa Politeknik Harapan Bersama Tegal *The Effect Of Online Customer Review, Promotion, And E-Service Quality On Purchase Decisions In The Indonesian Marketplace* For Politeknik Harapan Bersama Tegal Students. 01.
- Kotler, P., Dan Armstrong, G. (2016). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi Ke-13 Jilid 1. Edisi Indonesia. Alih Bahasa: Bob Sabran. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh *Online Costumer Review* Dan *Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di *Sociolla*. *Jurnal Mirai Managemnt*, 6, 139–154.
- Lestari, N., Dwijayati Patrikha, F., Niaga, P. T., Ekonomi, J. P., Universitas, E., & Surabaya, N. (N.D.). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*. *Www.Dailysocial.Id*,
- Lestari, W., Lukitaningsih, A., & Hutami, L. T. H. (2022). Pengaruh *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, Dan *Price Consciousness* Terhadap Keputusan Pembelian. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 2368. <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V5i6.2306>
- Nigsih, H. R., & Cahya, S. B. (2022). Pengaruh *Sale Promotion* Dan *Online Consumer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Shopee*. *Yume: JournalOfManagement*,

- Nurdiana, I., Aksan, P., Dan Hamali, A.Y. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada Pt Cemara Agung Sejahtera, *Banking & Management Review*, Vol. 8 No. 2, Hal: 1169-1184.
- Peng, L., Zhang, W., Wang, X., & Liang, S. (2019). *Moderating Effects Of Time Pressure On The Relationship Between Perceived Value And Purchase Intention In Social E-Commerce Sales Promotion: Considering The Impact Of Product Involvement*. *Information And Management*, 56(2), 317–328.
- Rakhma, A. F., Pardiman, & Hatneny, A. I. (2020). Pengaruh *Product Knowledge*, *Brand Image* Dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketpalce Shopee (Studi Pada *Customer Marketplace Shopee* Di Malang). *Jurnal Riset Manajemen*, 115–125.
- Ruqoyyah, U., & Rahmawan, G. (2023). Pengaruh *Copywriting Promotion*, *Online Customer Review*, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Keranjang Kuning Pada Aplikasi Tiktok. *Jurnal Edueco*, 6(1). <https://doi.org/10.36277/Edueco.V6i1.152>
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif , Kualitatif Dan R & D.
- Widiyawati, W. (2022). Jurnal Ekonomi Dan Bisnis , Vol . 10 No . 2 Mei 2022 E - Issn Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Marketplace* Shopee Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2018 Uin Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Oleh : *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 356–366.
- Yofina. 2020. Pengaruh *Online Customer Review* Terhadap *Purchase Intention* Dengan *Trust* Sebagai *Intervening* Pada Toko Online Bukalapak Di Kota Padang. Vol 9. No 2
- Yuni Siti Nuraeni , Dwi Irawati. 2021. Pengaruh *Online Customer Review*, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace Shopee* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ubsi). Vol 9. No 446

