

Daftar Pustaka

- Ardiansyah, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Digital, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopeefood Pada Mahasiswa Universitas Satya Negara Indonesia. *FEB Universitas Satya Negara Indonesia*.
- Damayanti, R. S. (2019). Pengaruh Online Customer Review and Rating, E-Service Quality, dan Price Terhadap Minat Beli Pada Online Marketplace Shopee. *Skripsi*.
- Fauzi, S., & Lina, L. F. (2021). Peran Foto Produk, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Pada Minat Beli Konsumen Di E-Commerce. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 21. <https://doi.org/10.24853/jmmb.2.1.151-156>
- Fitriani, M., & Kusnanto, D. (2021). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Minat Beli Konsumen Lazada Di Media Sosial. *JEKPEND (Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan)*, 4(2), 46–51. <https://doi.org/10.26858/jekpend.v4i2.22431>
- Gramedia. (2021). *Mengenal E-Commerce: Pengertian, Jenis, Contoh, Manfaat*. Gramedia. <https://www.gramedia.com/best-seller/pengertian-e-commerce/>
- Ichsan, et al. (2018). *Pengaruh Consumer Online Rating and Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia di Wilayah DKI Jakarta Effect of Consumer Online Rating and Review to Buying*.
- Imran, M. I. A. (2018). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Makanan di Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Alauddin Kota Makasar. In *Gender and Development* (Vol. 120, Issue 1).
- Magdalena, M., Zusmawati, Z., Alagusri, J., Fernos, J., & Rozi, F. (2023). the Influence of Price Perception, Promotion, and Online Customer Review on Consumer Buying Interest in Lazada E Commerce in Padang Utara District. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 11(1), 41–48. <https://doi.org/10.31846/jae.v11i1.551>
- Mawa, S. F., & Cahyadi, I. F. (2021). Pengaruh Harga, Online Customer Review dan Rating Terhadap Minat Beli di Lazada. *Jurnal Ilmiah Bisnis Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 121–129.
- Mukrimaa, S. S., Nurdyansyah, Fahyuni, E. F., YULIA CITRA, A., Schulz, N. D., د. غسان, Taniredja, T., Faridli, E. M., & Harmianto, S. (2016). Pengaruh, Promosi, Harga, dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian pada Matahari Departemen Store Manado. *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 6(August), 128.
- Putra. (2020). *Pengaruh Customer Review dan Promosi Terhadap Keputusan Beli*

Konsumen E-commerce Shopee di Kalangan Mahasiswa UKSW.
<https://repository.uksw.edu/handle/123456789/25212>

- Sari, F. P. (2021). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Online Di E-Commerce Pada Mahasiswa UMSU. *Ekonomi Dan Bisnis*, 82.
- Saskiana, D. (2021). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, E-Service Quality, E-Trust, dan Harga Terhadap Keputusan Membeli pada Konsumen Marketplace Shopee di Surabaya. *Pesquisa Veterinaria Brasileira*, 26(2), 173–180. <http://www.ufrgs.br/actavet/31-1/artigo552.pdf>
- Simbolon, I. V. dan R. (2021). Pengaruh Promo ShopeeFood Terhadap Minat Beli Pengguna Shopee (Di Daerah Tangerang Selatan). *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Siti Nuraeni, Y., & Irawati, D. (2021). The Effect Of Online Customer Review, Quality Product, And Promotion On Purchasing Decision Through Shopee Marketplace (A Case Study Of Ubsi College Student). *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(4), 439–450.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.