

DAFTAR PUSTAKA

- Aghna, A. De, Budi, S., Septiana, L., Elok, B., & Mahendra, P. (2024). Memahami Asumsi Klasik dalam Analisis Statistik: Sebuah Kajian Mendalam tentang Multikolinearitas, Heterokedastisitas, dan. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 03(01), 1–11.
- Alfarizi, I. (2019). *Trend Jual Beli Online Melalui Situs Resmi Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam* [Institut Agama Islam Negeri (Iain) Bengkulu]. http://repository.iainbengkulu.ac.id/3273/1/IRFAN_ALFARIZI
- Amin, D. E. R., & Fikriyah, K. (2023). Pengaruh Live Streaming dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Muslim. *Jurnal Edunomika*, 07(01), 1–11. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/8056>
- ANISA, Y. (2021). *Pengaruh Price, Online Customer Review, Dan Islamic Branding Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee Menurut Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Mahasiswa Febi Uin Raden Intan Lampung Angkatan 2017)*. http://repository.radenintan.ac.id/18136/1/SKRIPSI_FULL_YULINA.pdf
- Aprilyanti, S. (2017). Pengaruh Usia dan Masa Kerja Terhadap Produktivitas Kerja (Studi Kasus: PT. OASIS Water International Cabang Palembang). *Jurnal Sistem Dan Manajemen Industri*, 1(2), 68. <https://doi.org/10.30656/jsmi.v1i2.413>
- Ardianti, A. N., & Widiartanto. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(2).
- Arianti, N., Arifin, M. Z., & Safitri. (2023). Transaksi Jual Beli Online Melalui Sistem Shopee Paylater Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Syar'ie: Jurnal Pemikiran Ekonomi Islam*, 6(2), 111–127. <https://stai-binamadani.e-journal.id/Syarie/article/view/536%0Ahttps://stai-binamadani.e-journal.id/Syarie/article/download/536/393>
- Ariyadi. (2018). Bisnis Dalam Islam. *Jurnal Hadratul Madaniyah*, 5(1), 20.
- Arsita, N. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*, 7(2), 125–131. <https://doi.org/10.24967/jmb.v7i2.1390>
- Asyari, M. B. (2020). *Ekonomi Islam Perspektif Tafsir (Studi Tafsir Tematis Ayat-Ayat Ekonomi Dalam Al-Qur'an)*. Duta Media.
- Audria, N., & Batu, R. L. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce. *Jurnal*

- Value: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 17(1), 35–47. <https://e-journal.umc.ac.id/index.php/VL/article/view/2571/1604>
- Cahyono, Y. T., & Wibawani, I. D. (2021). *Pengaruh Harga , Online Customer Review , dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee*. 867–874.
- Databoks. (2023). *5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/10/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>
- Datanesia. (2022). *10 Wilayah E-Commerce Terbesar di Indonesia*. <https://datanesia.id/10-wilayah-e-commerce-terbesar-di-indonesia/>
- Dewi, N. L. P. A., Endiana, I. D. M., & Arizona, I. P. E. (2019). Pengaruh Rasio Likuiditas, Rasio Leverage Dan Rasio Profitabilitas Terhadap Financial Distress Pada Perusahaan Manufaktur. *Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (KHARISMA) /*, 1(1), 322–333.
- Dianti, Y. (2017). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus Freshmart Bahu Manado). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 6(3), 5–24. [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB 2.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB%202.pdf)
- EKA VIRAWATI, A. S. (2020). Pengaruh Store Image, Online Customer Review Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya). *Buletin Bisnis & Manajemen*, 6(2), 102. <http://journal.uyr.ac.id/index.php/BBM/article/view/302>
- Fatmawati, S. E. R. (2022). *Pengaruh Variasi Produk, Harga, Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Fashion Muslimah di Shopee*. <http://repository.iainkudus.ac.id/9069/>
- Ghozali, I. (2020). *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Untuk Akuntansi, Bisnis, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Yoga Pratama.
- Gunarsih, C. M., & Tamengkel, L. F. (2021). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang*. 2(1), 69–72.
- Habibah, U., & Sumiati. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(1). <https://adoc.pub/pengaruh-kualitas-produk-dan-harga-terhadap-keputusan-pembel.html>
- Harahap, D. A., & Amanah, D. (2018). Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(2), 193–213. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.009.2.02>

- Hardani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. CV Pustaka Ilmu Group.
- Hardani, Auliya, N. H., & Andriani, H. (2020). *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif*. Pustaka Ilmu.
- Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2020). Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko Online di Shopee. *Jurnal Teknik ITS*, 9(2), 234–239. <https://doi.org/10.1145/1133890.1133898>
- Hidayati, N. L. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(3), 77–84. <https://core.ac.uk/download/pdf/230756009.pdf>
- Holleschovsky, N. I., & Constantinides, E. (2016). *Impact of online product reviews on purchasing decisions*. 1, 271–278. <https://www.semanticscholar.org/paper/Impact-of-Online-Product-Reviews-on-Purchasing-Constantinides-Holleschovsky/b8d615ca5baeca53105f3f450b56b3f744052737>
- Indonesia, D. A. R. (2019). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. CV Pustaka Al-kautsar.
- Irawan, P. L. T., Prilianti, K. R., & Agustina, M. (2020). *Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah (UKM) Melalui Implementasi E- Commerce di Kelurahan Tlogomas*. 09(01), 33–44.
- Islam, P. P. dan P. E. (2014). *Ekonomi Islam*. Rajawali Pers.
- Janah, M., & Wahyuni, D. U. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dewi Hijab. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(4). <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/1462/1478>
- Japariato, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35–43. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35-43>
- Kamila, K. T. (2019). *Pengaruh Online Consumer Review terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Universitas Brawijaya TA 2015/2016 – 2018/2019 yang Pernah Membeli dan Menggunakan Xiaomi Smartphone)* [Universitas Brawijaya]. <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/172176/>
- Karim, A. (2014). *Ekonomi mikro Islami*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmadi, & Sunariah, N. S. (2014). *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*.

Alfabeta.

- Kevin. (2018). *Pengaruh Customer Review dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian*. Universitas Katolik Parahyang.
- Kholifatullah. (2023). *Pengaruh Harga, Online Customer Review Dan Foto Produk Terhadap Keputusan Pembelian Barang Pada Toko Online Di Shopee (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember)*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (15th ed). Pearson Prentice Hall.
- Laili Hidayati, N. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 06(3), 77–84.
- Lestari, W., Lukitaningsih, A., & Hutami, L. T. H. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Price Consciousness terhadap Keputusan Pembelian : Studi Pada Pelanggan TikTok Shop di Kota Yogyakarta. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2358–2368. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.2306>
- Lubis, D. I. D., & Hidayat, R. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman*, 5(1), 15–24. <http://journals.synthesispublication.org/index.php/ilman>
- Madinah, N. F. (2021). *Pengaruh Strategi Marketing Flash Sale Terhadap Perilaku Konsumen dalam Berbelanja Online Ditinjau dari Perilaku Konsumen Islami (Studi Kasus pada Mahasiswa Ekonomi Islam UII Pengguna Shopee)*.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda [*Canarium Indicum L .*]) The Importance of the Classical Assumption Test in Multiple Linear Regression Analysis (A Case Study of. *Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342.
- Maswar, M. (2017). Analisis deskriptif nilai UAS ekonometrika mahasiswa dengan program SPSS 23 & eviews 8.1. *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia*, 1(2), 273–292. <https://doi.org/10.35316/jpii.v1i2.54>
- Melati, R. S. (2020). Pengaruh Harga Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(2), 882–888. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/45533/38529>
- Mulyati, Y., & 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). <https://ejournal.up45.ac.id/index.php/maksipreneur/article/view/538>
- Muzakki, A. F., & Sulaeman, E. (2021). Analisis Faktor-Faktor Penentu Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Nol Derajat Cikampek Karawang. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 04(1), 168–182. <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK/article/view/9395/6202>
- Nasution, L. M. (2017). Statistik Deskriptif Leni Masnidar Nasution. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 49–55.
- Nugraha, S., & Nuraeni, D. (2021). Peran Teknologi Internet Dalam E-Commerce. *Journal Civics & Social Studies*, 5(2), 181–191. <https://doi.org/10.31980/civicos.v5i2.1474>
- Nur, M. A., & Dahliana, D. (2023). Pengaruh Customer Review Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Shopee Di Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(02), 1797–1805. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/7102%0Ahttps://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/download/7102/3758>
- Nurchaya, W. A., Arisanti, N. P., & Hanandhika, A. N. (2024). Penerapan Uji Asumsi Klasik Untuk Mendeteksi Kesalahan Pada Data Sebagai Upaya Menghindari Pelanggaran Pada Asumsi Klasik. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(12), 472–481.
- Olvera Astivia, O. L., & Zumbo, B. D. (2019). Heteroskedasticity in multiple regression analysis: What it is, how to detect it and how to solve it with applications in R and SPSS. practical assessment, research & evaluation. *Practical Assessment, Research, and Evaluation*, 24(1), 1–16.
- Populix. (2023). *Survei Populix: E-commerce Masih Jadi Pilihan untuk Belanja Produk Elektronik, Rumah Tangga, dan Kesehatan*. <https://info.populix.co/articles/platform-e-commerce/>
- Prayoga, Arief Fajar, Y. P. (2016). Pengaruh Fitur Chatting Dan Tawar Pada Aplikasi Shopee Terhadap Kepuasan Pelanggan. *E-Proceeding of Management*, 3(3), 2968–2975. <https://libraryeproceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/2979>
- Pulungan, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan)* Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan.
- Putri, L., & Wandebori, H. (2016). Factors Influencing Cosmetics Purchase Intention. *International Conference on Ethics of Business, Economics, and*

Social Science, 1, 255–263.

- Rahayu, T., Basalamah, M. R., & Hatneny, A. I. (2015). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee (Studi pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang). *Jurnal Riset Manajemen*, 113–123.
- Rahmawati. (2018). Pengaruh harga dan minat beli terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(4), 144.
- Riadi, M. (2023). *Online Customer Review - Pengertian, Aspek, Syarat dan Indikator*. Kajian Pustaka. <https://www.kajianpustaka.com/2023/02/online-customer-review.html>
- Riyanto, & Wikarya, U. (2018). *Statistika Ekonomi dan Bisnis*. Mitra Wacana Media.
- Rokhmad, O., & Wahyuningsih, S. (2014). *Validitas dan reliabilitas terhadap instrumen kepuasan kerja*. 51–58.
- Sari, W., Efendi, A., & Saptiani, F. (2021). Pengaruh Promosi, Online Customer Review, Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Marketplace Shopee Di Indonesia). *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 1(6), 365–375. www.kompas.com
- Satriadi, W., Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Samudra Biru.
- Servanda, I. R., Reno, P., Sari, K., & Ananda, N. A. (2019). Peran Ulasan Produk dan Foto Produk yang Ditampilkan Penjual pada Marketplace Shopee Terhadap Minat Beli Pria dan Wanita The Role of Product Reviews and Product Photos Displayed by Sellers at Shopee Marketplace Against Men ' s and Women ' s Purchase Inter. *Journal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 69–79.
- Siregar, S. (2015). *Statistika Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Bumi Aksara.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sugiarto, W. A., & Hanif, R. (2023). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI LAZADA*. 18(2), 606–617.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Surahman. (2020). *Metode Penelitian* (p. 58). Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.
- Sutisna, U. (2020). Etika belajar dalam islam. *Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 49–58.
- Ulfa, R. (2021). Variabel penelitian dalam penelitian pendidikan. *Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*, 6115, 342–351.
- Utami, S., & Retnani, L. (2019). *The Master Book of SPSS*. Anak Hebat Indonesia.
- Wibowo, S., & Supriadi, D. (2013). *Ekonomi Mikro Islam*. Pustaka Setia.
- Widana, I. W. (2020). *Uji Persyaratan Analisis*. Klik Media.
- Widyana dan Permatasari. (2023). Online Customer Review Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 13, 19.
- Wiratna, S. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Pustaka Baru Press.