

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianty, N. (2021). *Theory of Planned Behavior: Mendeteksi Intensi Masyarakat Menggunakan Produk Perbankan Syariah* (M. Herawati, Ed.). Brimedia Global.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 179–211.
- Alif, M., & Asbara, N. W. (2024). PENGARUH KUALITAS INFORMASI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGUNA E-COMMERCE SHOPEE PADA MAHASISWA INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS NOBEL INDONESIA. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 87–98. <https://doi.org/https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/malomo/article/view/4531>
- Ambartiasari, G., Yusuf, Z., Kasmaniar, Sarboini, & Amri, S. (2025). Pengaruh Rating dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Marketplace Shopee. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 11(3), 1345–1351.
- Amron, A. (2018). The influence of brand image, brand trust, product quality, and price on the consumer's buying decision of MPV cars. *European Scientific Journal*, 14(13), 228–239.
- Chandra, A., & Rustam, T. A. (2022). *PENGARUH CUSTOMER RATING, PENGIKLAMAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA SHOPEE DI KOTA BATAM*.
- Didik. (2022). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 2022, 101–117.
- Febrianti, M. T. (2022). *Pengaruh E-Service Quality, Online Customer Review, Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo)*. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan. (2022). Analisis perilaku konsumen dalam proses keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(3), 215–230.
- Hartati, N., & Sari, R. (2021). Pengaruh *Customer Rating* terhadap keputusan pembelian konsumen di marketplace. *Jurnal Manajemen Digital*, 5(2), 112–121.
- Hidayat, A. (2025). Peningkatan kualitas layanan berbasis pelanggan di sektor jasa. *Jurnal Manajemen Pelayanan*, 10(1), 45–58.
- Ikhsan, F. M., Yacob, S., & Suleman, D. (2023). IMPACT OF ONLINE CUSTOMER REVIEWS AND RATINGS ON ELECTRONIC PRODUCT PURCHASES: A TOKOPEDIA PLATFORM SURVEY AMONG PRODUCTIVE AGE CONSUMERS IN JAMBI CITY. *JOURNAL OF BUSINESS STUDIES AND MANGEMENT REVIEW*, 7(1).
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Isnin, M., & Zulfa, I. (2024). Predicted Increase in Gold Price Every Year with Impact on Economic Factors. *International Journal of Economics and*

- Management Sciences*, 1, 366–375.
- Likty, M. T. , & Singagerda, F. S. (2025). Faktor Customer Review dan E-Service Quality terhadap Keputusan Pembelian Shopee (Customer Review and E-Service Quality Factors on Shopee Purchasing Decisions). *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen (JAKMAN)*, 6(2), 497–508.
- Lisa, O., Silvia, Husna, S., Sabena, D., & Iskandar. (2026). The Effect Of Online Customer Reviews And Ratings On Consumer Purchase Decisions On Shopee E-Commerce. *Journal Informatic, Education and Management (JIEM)*, 8(1), 160–169.
- Muhammad, A., Riorini, S. V., Wicaksono, B., & Yasmir, M. C. (2023). Perinciannya dari e-Service Quality pada Aplikasi Pengiriman Makanan Online di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 27185–27189.
- Mukarromah, A. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Dan Online *Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Journal of Creative Student Research*, 1(6), 199–207.
- Munir, R. (2023). Analisis faktor pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen*, 8(2), 70–82.
- Nasution, D. (2023). Konsep dan penerapan kualitas layanan di Indonesia. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 15(3), 110–125.
- Ningrum, M. R., Foenay, C. C., Riwu, Y. F., & Fanggidae, A. H. J. (2024). PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE *CUSTOMER RATING* TERHADAP CUSTOMER TRUST PADA MARKETPLACE SHOPEE. *Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 5(2), 381–394.
- Pasaribu, V. L. D. (2025). *Menciptakan Daya Saing Melalui Informasi Teknologi* (1st ed.). PT MEDIA PUSTAKA INDO.
- Permana, A., & Arianty, N. (2025). Pengaruh Online CustomerReviewDanOnlineCostumerRatingTerhadap KeputusanPembelianProdukFashion Dengan Trust Sebagai Variabel Intervening Pada Marketplace ShoppeeDi Kota Medan. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)*, 5(2). <https://doi.org/doi.org/jebma.v5n2.6328>
- Purnomo, S. (2024). Pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian. *Media Riset Bisnis Ekonomi Sains Dan Terapan*, 11(1), 55–70.
- Purwanto. (2021). Dimensi kualitas layanan dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(4), 34–47.
- Putri, A. D. , & Wulandari, Y. (2024). Dampak *Customer Rating* dan ulasan konsumen terhadap keputusan pembelian di e-commerce. . . *Seminar Nasional Amikom Surakarta*, 1(1), 1484–1496.
- Putri, A. R. , & Lestari, W. D. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, e-service quality dan price terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee (Studi kasus pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta). *EQIEN – Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 1474–1481.
- Rachmiani, Oktadinna, N. K., & Fauzan, T. R. (2024). The impact of Online reviews and ratings on consumer purchasing decisions on e-commerce

- platforms. *International Journal of Management Science and Information Technology*, 4(2), 99–110.
- Rahmawati, A. I. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Online *Customer Rating* Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas PGRI Semarang). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Ekonomi Kreatif*, 1(1), 18–23.
- Riyanjaya, N. A., & Andarini, S. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Online *Customer Rating* Terhadap Minat Beli Produk Wardah Di Situs Belanja Online Shopee. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(5), 927–944.
- Safnah, & Arifin, K. (2025). PENGARUH ONLINE *CUSTOMER RATING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK WARDAH DI E-COMMERCE SHOPEE (DI KALANGAN MAHASISWA STIA TABALONG). *JAPB*, 8(2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.35722/japb.v8i2.1367>
- Sarah, E. A., Hilal, N., & Risal, M. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Informasi, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Aplikasi Shopee Di Kota Palu. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(8), 3272–3278.
<https://doi.org/10.56338/jks.v2i1.658>
- Sari, L. (2024). Faktor-faktor penentu kualitas layanan di perusahaan digital. *Jurnal Teknologi Dan Bisnis*, 12(2), 95–107.
- Sudirjo, F., Ratnawati, R., Hadiyati, R., Sutaguna, I. N. T., & Yusuf, M. (2024). The influence of Online Customer Reviews and e-service quality on buying decisions in electronic commerce. *Journal of Management and Creative Business*, 1(2), 156–181.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sukmawati, D. (2024). Ciri-ciri dan bentuk *Customer Rating* dalam e-commerce. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Digital Marketing*, 8(1), 43–52.
- Wahyuning S, K. K. (2024). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee*.
- Wibowo. (2022). Peran layanan kualitas dalam meningkatkan loyalitas pelanggan e-commerce. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 1(1), 58–69.
- Wikantari, M. A. (2023). The effect of Customer Reviews, product price, and service quality on purchase decisions with moderated brand image in e-commerce applications. *Jurnal Bisnis Strategi*, 32(1), 99–101.
- Winasis, C. L. R. (2022). Indikator keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ilmiah M- Progress*, 15(1), 49–62.
- Zubaidah, I., & Latief, M. J. (2022). Analisis Proses Pengambilan Keputusan Konsumen E-commerce Shopee di Lingkungan RT08/RW10 Sriamur Bekasi. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi (EMT)*, 6(2).