

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Amalia Zzahroh. (2025). *PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS OF ONLINE REVIEW, TRUST, DAN SATISFACTION TERHADAP PURCHASE INTENTION DI E-COMMERCE*. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Anggoro, A. D., Budiman, Herman Hermawan, Sandconia Sugandi, & R.R Wening Ken Widodasih. (2024). Pengaruh Store Atmosphere, Price Discount, Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Pada Pelanggan Shandy Grosir Di Tambun Selatan. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(2), 871–876. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i2.2067>
- Aprianto, L., Ekowati, S., & Muhammadiyah Bengkulu Sriekowati, U. (2024). Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen “Minumin” Kota Bengkulu. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 5(2), 689–702. www.jurnal.umb.ac.id Pada fitur review atau ulasan ini pelanggan bisa memberikan komentar positif atau negatif sesuai dengan kualitas barang yang diterima. Dengan adanya penilaian dari customer, ini akan membantu dari sisi penjual karena dapat melindungi
- Aulia, Q., & Riva'i, A. R. (2024). Pengaruh Price Discount, Online Customer Rating, Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Shopee. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 364–376. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Awibi Nazhicul Amin, Eva Ana Rianti, Pramodya Hanggarany, S. Y. (2023). *Wps_Lid*.
- Aziz, M. C., & Halik, A. (2024). *PENGARUH INFLUENCER MARKETING, PRICE DISCOUNT dan ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP MINAT BELI PRODUK FASHION di E-COMMERCE PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS 17*

- AGUSTUS 1945 SURABAYA. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 7(6).
- Datiar Nyimpado, G., Krisna Marpaung, F., Agung Almusahwir, M., Nurhidayah, A., Amanda Sihalohe, E., & Meliza. (2024). The Influence Of Online Customer Rating, Online Customer Review And Brand Ambassador On Buying Interest In E-Commerce Shopee At Prima Indonesia University. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 3474–3489. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Engler, T. H., Winter, P., & Schulz, M. (2015). Understanding online product ratings: A customer satisfaction model. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 27, 113–120. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2015.07.010>
- Evelyna, F. (2023). Celebrity Endorser, Price Discount dan Product Quality Terhadap Minat beli Produk Oriflame. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 4 No 3(3), 721–734. febyevelyna@gmail.com
- Fahmeyzan, D., Soraya, S., Etmy, D., & Mataram, S. B. (2018). *UJI NORMALITAS DATA OMZET BULANAN PELAKU EKONOMI MIKRO DESA SENGGIGI DENGAN MENGGUNAKAN SKEWNESS DAN KURTOSIS Economics is one of the social sciences that studies human activities related to production , Abstrak Ekonomi adalah salah satu ilmu sosial yang . 31–36.*
- Ferdinand, A. (2002). *Structural Equation Modeling*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firdaus, M., Aisyah, S., & Farida, E. (2023). Pengaruh customer review, customer rating, dan celebrity endorser terhadap minat beli melalui kepercayaan di online shop Shopee. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 4(1), 67–83. <https://doi.org/10.37631/ebisma.v4i1.874>
- Fitrah Ayu Elisha. (2021). *PENGARUH PRICE DISCOUNT DAN IN-STORE DISPLAY TERHADAP IMPLUSIVE BUYING PADA KONSUMEN MINIMARKET BERKAH MART KOTA PEKANBARU* [universitas islam negeri sultan syarif kasim riaul]. https://repository.uin-suska.ac.id/52907/2/GABUNGAN_TANPA_BAB_V.pdf
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan

Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro (BP UNDIP).
- Hermansyah, T., & Qolbi, N. (2023). Pengaruh Pembayaran Cod (Cash On Delivery) Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal AL-AMAL*, 2(1), 35–42.
- Ilmiah, J., Ilmu, M., Haryati, R., & Bisnis, A. (2024). *ANALISIS PERILAKU BELANJA ONLINE GENERASI Z*. 18(April).
- Kamisa, N., P, A. D., & Novita, D. (2022). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER RATING TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN (Studi kasus : Pengguna Shopee di Bandar Lampung)*. 2(1), 21–29.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran* (15th ed.). Person Education Limited.
- Lackermair, G., Kailer, D., & Kanmaz, K. (2013). *Importance of Online Product Reviews from a Consumer ' s Perspective*. 1(1), 1–5.
<https://doi.org/10.13189/aeb.2013.010101>
- Liantifa, M., Permaisuri, N. A., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Alam, S. (2024). *CUSTOMER ATTITUDE SEBAGAI PEMODERASI KOREAN WAVE , ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER RATING*. 18(1), 396–407.
- Novihenti, F., & Al Amin, N. H. (2022). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, ONLINE CUSTOMER RATING DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI ONLINE SHOP SHOPEE TERHADAP MINAT BELI*. Universitas Islam Negeri Surakarta.
- Nurul Azmi. (2023). Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Perilaku Impulse Buying. *JUMBIWIRA : Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, 2(1), 0–6. <https://doi.org/10.56910/jumbiwira.v2i1.527>
- Pebiyanti, E., Fauzi, A., Husniyyah, T., Intan Tasia, S., Sutendi, Z., & Elsa Vitri, A. (2023). Pengaruh Kualitas Informasi, Persepsi Keamanan, dan Persepsi Privasi Terhadap Kepercayaan Pengguna Belanja Online (Literature

- Review). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 4(5), 850–858.
<https://doi.org/10.31933/jemsi.v4i5.1548>
- Ratna, M. A., Dewi, S., & Yasin, A. (2024). Pengaruh Promo Free Shipping dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Kota Makassar pada Toko Online Shopee. *YUME : Journal of Management*, 7(3), 547–555.
- Ridha, A., Kati, S., Hasan, H., & Lidya, A. (2023). Analisis Perilaku Konsumen terhadap Minat Beli Produk Viral pada E-Commerce Shopee di Kota Makassar. *Journal of Economics, Bussiness and Management Issues*, 2(3), 245–255.
<https://doi.org/10.47134/jebmi.v2i3.394><https://economics.pubmedia.id/index.php/jebmi>
- Rizal A, et al. (2023). *International Conference on Economy , Management , and Business (IC-EMBus) CAPTURING THE ROLE OF DIGITAL MARKETING AND BRAND IMAGE IN INCREASING DOBUJACK BRAND SALES USING* Keywords : 1, 1797–1809.
- Saputra, S. W., & Marlius, D. (2023). Pengaruh Beban Kerja, Motivasi Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PDAM Tirta Sanjung Buana Sijunjung. *Jurnal Menejemen Dan Akuntansi*, 1(2), 135–148.
- Sari, T. R., & Mustaqim, M. (2024). *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis Keputusan Pembelian : Customer Review dan Customer Rating dengan Trust sebagai Variabel Mediasi (Studi pada GrabFood)*. 6, 215–220.
<https://doi.org/10.37034/infeb.v6i1.829>
- Shafwah, A. D., Fauzi, A., & Caesar, L. A. Y. (2024). Pengaruh Pemasaran Digital dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare di E- Commerce Shopee (Literature Review Manajemen Pemasaran) Allya. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan (JIMT)*, 5(3), 135–147.
- Shinta, C. P., & Hakimah, E. N. (2024). *PERSEPSI KONSUMEN GEN Z TENTANG HARGA KUALITAS PRODUK DAN*. 3, 894–901.
- Simamora, B. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2020). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF dan R&D* (Sutopo (ed.); Edisi ke 2). ALFABETA.
- Sugiyono. (2022). *Research methods for business*. ALFABETA.
- Susanti, I., & Saumi, F. (2022). Penerapan Metode Analisis Regresi Linear Berganda Untuk Mengatasi Masalah Multikolinearitas Pada Kasus Indeks Pembangunan Manusia (Ipm) Di Kabupaten Aceh Tamiang. *Gamma-Pi: Jurnal Matematika Dan Terapan*, 4(2), 38–42.
- Sutisna. (2001). *Perilaku konsumen & komunikasi pemasaran*. PT Remaja Rosdakarya.
https://books.google.com/books/about/Perilaku_konsumen_komunikasi_pemasaran.html?hl=id&id=HFontQEACAAJ
- Tohari, Amin & Bhirawa, S. W. S. (2023). *APLIKASI SPSS 25.0 UNTUK EKONOMI DAN BISNIS*. Universitas Nusantara PGRI Kediri. Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Zyad Dilmi, Intisari Haryanti, A. M. (2025). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT.KILAU SINAR PURNAMA (KSP)*. 8(1), 63–75.

