

DAFTAR PUSTAKA

- compas.co.id. (2025). *1 Tahun Pasca Akuisisi Tokopedia: Nilai Penjualan FMCG di TikTok Shop Naik 34,2%*. <https://compas.co.id/article/1-tahun-pasca-akuisisi-tokopedia/>
- Databoks. (2024). *Jumlah Pengguna aktif Tokopedia dan Tiktok Shop di Indonesia (Februari 2024)*. [/teknologi-telekomunikasi/statistik/a6be2d006205170/tiktok-shop-gabung-tokopedia-ini-jumlah-penggunanya#:~:text=Berdasarkan Paparan Publik Insidental edisi,18 juta pengguna aktif bulanan.&text=Sementara jumlah pengguna aktif bulanan TikTok Shop di Indonesia](https://databoks.datareportal.com/telekomunikasi/statistik/a6be2d006205170/tiktok-shop-gabung-tokopedia-ini-jumlah-penggunanya#:~:text=Berdasarkan Paparan Publik Insidental edisi,18 juta pengguna aktif bulanan.&text=Sementara jumlah pengguna aktif bulanan TikTok Shop di Indonesia)
- Datareportal. (2024). INTERNET USE IN 2024. In *Datareportal*. Data Portal. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-deep-dive-the-state-of-internet-adoption>
- Fatmawati, D., Mardani, R., & Arsyanto, M. T. (2019). *Pengaruh Foto Produk, Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Di E-commerce Tiktok Shop (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Unisma Angkatan 2019)*. 12(02), 2851–2860.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). BPFE Universitas Diponegoro.
- Ifah, N., Djaelani, A. K., & Millaningtyas, R. (2023). *Pengaruh E-service Quality, E-Trust Dan E-wom Terhadap Keputusan Pembelian Pada Onlineshop (Studi Pada Pengguna Onlineshop di Kota Malang)*. 13(01), 979–986.
- Irvan, N. F., Limbong, M., Misi, H. L., & Sabil, M. (2024). *PENGARUH CUSTOMER REVIEW DAN MINAT BELI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE*. 4(2), 60–70.
- Kotler, & Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13th ed). Erlangga.
- Miranda Putri, O., & Indra Wijaksana, T. (2021). *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Purchase Decision Pada*

- Konsumen Produk Wardah Melalui Maarketplace Shopee. *E-Proceeding of Management*, 8(5), 6394.
- 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: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 173. <https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.538>
- Pramesti, I., Nugraha, H., & Widyanto. (2024). *Pengaruh Persepsi Harga, E-Promotion, Dan E-Trust Terhadap Keputusan Pembelian ONLINE (Studi Pada Pengguna Produk Kecantikan Pada Blibli.com di Kota Semarang)*. 13(1), 12–20.
- Prasetyo, A. N., & Yusran, H. L. (2022). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Repurchase Intention Melalui E-Satisfaction Pada Pengguna E-Commerce. *Ijd-Demos*, 4(1), 137–151. <https://doi.org/10.37950/ijd.v4i1.193>
- Rahmayanti, S., & Dermawan, R. (2023). *Pengaruh Live Streaming, Content Marketing dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok Shop di Surabaya*. 6(1), 337–344. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.2451>
- Raihan. (2017). Metodologi Penelitian. In *Kementerian Kesehatan Republik Indonesia* (Vol. 59, Issue April). Universitas Islam Jakarta.
- Sianipar, F., & Yoestini. (2021). *ANALISIS PENGARUH CUSTOMER REVIEW DAN CUSTOMER RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI ONLINE MARKETPLACE (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Tokopedia di Kota Semarang)* Frederick Alvi Herzegovino Sianipar, Dr. E. Dra. Hj. Yoestini, M.Si 1. 10(2000), 1–10.
- Steven, & Rakhman A. (2023). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan pembelian Pengguna Online Marketplace Tokopedia. *Global Research on Economy, Business, Communication and Information*, 1(1), 14–23.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Anggota

Ikatan Penerbitan Indonesia (IKAPI). www.cvalfabeta.com

Tsani, A. A., & Susyanti, J. (2019). *Pengaruh E-Trust, Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang)*. 12(02), 1002–1012.