

DAFTAR PUSTAKA

- Addinna, D. eWOM: Digital Komunikasi Pemasaran yang Efektif. *Jurnal MANAJERIAL*, 22(1), 149-154.
- Amalia, D. L., Dahliani, Y., & Edi, B. Q. R. (2024). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee. *JMBI: Jurnal Manajemen Bisnis dan Informatika*, 5(1), 50-65.
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji validitas dan reliabilitas tingkat partisipasi politik masyarakat kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179-188.
- Aryadi, D. (2022). *Pengaruh Rating Dan Ulasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Tawangrejo)* (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).
- Asrulla, R., Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan sampling (kuantitatif), serta pemilihan informan kunci (kualitatif) dalam pendekatan praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320-26332.
- Azhara, M., Sutiono, H. T., & Wisnalmawati, W. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JABis)*, 21(2), 173-187.
- Azizah, N., Dahliani, Y., & Edi, B. Q. R. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Desain Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Honda Scoopy Di Kecamatan Mayang Jember. *JMBI: Jurnal Manajemen Bisnis dan Informatika*, 4(1), 93-107.
- Azzahra Kamila Putri and Annisa Aghniarahma Junia, "Pengaruh Live Streaming Dan Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian," *Journal Of Social Science Research* 3, no. 4 (2023): 8238–48.
- Bandajati, J. M., & Harsoyo, T. D. (2023). Pengaruh Promosi Video *Marketing, Social Identity*, dan *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Marketplace Tokopedia. *Economics Professional in Action (E-Profit)*, 5(2), 81-89.
- Christine, D., Wijaya, J., Chandra, K., Pratiwi, M., Lubis, M. S., & Nasution, I. A. (2019). Pengaruh profitabilitas, leverage, total arus kas dan ukuran perusahaan terhadap financial distress pada perusahaan property dan real

estate yang terdapat di bursa efek indonesia tahun 2014-2017. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 2(2), 340-350.

Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia.

Dewi, F. E., Kuntardina, A., & Adiputra, E. (2022). PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MARKETPLACE SHOPEE:(Studi Kasus Mahasiswa STIE CENDEKIA Bojonegoro angkatan 2017). *JEMB-Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, 1(2), hlm, 93

Erwin Permana and others, 'Strategi Pemasaran Produk Skincare Somethinc Di Kalangan Generasi Z', *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 7.2 (2024), 119-35
<https://doi.org/10.32493/jpkpk.v7i2.29289>

Fadia Chusnul Ma'rifah, Ute Chairuz M. Natusion, and Agung Pujiyanto, Pengaruh Beauty Influencer, Online Customer Review, Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembeelian Produk Skincare Npure Face Toner', *CIDEA Journal*, 3.1 (2024), 105-18

Fahmeyzan, D., Soraya, S., & Etmy, D. (2018). Uji normalitas data omzet bulanan pelaku ekonomi mikro desa senggigi dengan menggunakan skewness dan kurtosi. *Jurnal Varian*, 2(1), 31-36.

Farki, A., & Baihaqi, I. (2016). Pengaruh online customer review dan rating terhadap kepercayaan dan minat pembelian pada online marketplace di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*, 5(2), A614-A619.

Firmansyah, D. (2022). Teknik pengambilan sampel umum dalam metodologi penelitian: Literature review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85-114.

Frederick Alvi Herzegovino Sianipar and E Dra Hj Yoestini, Analisis Pengaruh Customer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Online Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Tokopedia Di Kota Semarang).', *Diponegoro Journal of Management*, 10.1 (2021), 1-9

Gofur, A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Journal homepage: http://jrmb. ejournal-feuniat. net/index. php/JRMB*, 37, 44.

Graciafernandy, M. A., & Almayani, R. N. (2023). Pengaruh *Online Customer Review, Online Customer Rating* dan *Online Promotion* Terhadap

- Keputusan Pembelian Online Di Shopee. *POINT: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 5(1), 97-106.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69-72.
- Hanifah Febryanti and Fuad Hasan, 'Pengaruh Word of Mouth Dan Promosi Online Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada Usaha Makanan Online Nasi Madura Pantry's Kota Pasuruan, *Agriscience*, 3.1 (2022), 164-78
- Hartono, SPSS 16.0: Analisis Data Statistik dan Penelitian, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2011), hal 124
- Hazin, B. I. (2024). Pengertian Strategi. *Pengembangan Kurikulum: Teori, Model, dan Praktik*, 240.
- Herlina, V. (2019). *Panduan praktis mengolah data kuesioner menggunakan SPSS*. Elex Media Komputindo.
- Indrawan, B., & Dewi, R. K. (2020). Pengaruh net interest margin (NIM) terhadap return on asset (ROA) pada pt bank pembangunan daerah jawa barat dan banten tbk periode 2013-2017. *Jurnal E-Bis*, 4(1), 78-87.
- Irawan, F. C. (2022). Pengaruh inflasi, pertumbuhan ekonomi, upah minimum, dan penyerapan tenaga kerja terhadap pengangguran terbuka di Provinsi Banten tahun 2000-2020. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 6(1), 49-58.
- James R Situmorang, 'Metrik Pemasaran Sebagai Alat Untuk Mengukur Kinerja Pemasaran Perusahaan (Studi Kasus Pada Bisnis Ritel)', *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6.2 (2010), 114–31.
- Janna, N. M. (2020). Variabel dan skala pengukuran statistik. Hlm 3 – 4
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS.
- Kiki Joesyiana, 'Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru (Survey Pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau)', *Jurnal Valuta*, Vol. 4. 1 (2018), 17 – 85.
- Lina, L. (2020). *Pengaruh Fasilitas, Lokasi dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Rumah pada PT Glory Point di Kota Batam* (Doctoral

dissertation, Prodi Manajemen).

Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya uji asumsi klasik pada analisis regresi linier berganda (studi kasus penyusunan persamaan allometrik kenari muda [*canarium indicum* L.]). *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333-342.

Mirawati Y and Triana Ananda Rustam, "Pengaruh Media Sosial, Periklanan, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Kota Batam", *SEIKO Journal of Management & Business*, 6.1 (2023)

Muhammad, Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2008.

Muin, T. C. A., & Nugroho, R. A. (2022). Kontribusi Indeks Masa Tubuh Dan Agility Terhadap Kemampuan Dribble. *Journal Of Physical Education*, 3(1), 30-32.

Nanang Martono, Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Data Sekunder

Nanincova, N. (2019). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan noach cafe and bistro. *Agora*, 7(2).

Napitupulu Sabar, Tapiomas Nirwana, and Tobink Riduan, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis Dengan Teori-Teori Para Ahli, Pendekatan Praktis Dengan Teori-Teori Para Ahli* (Jakarta: Atalya Rileni Sudeco, 2021), II.

Nasution, H. F. (2016). Instrumen penelitian dan urgensinya dalam penelitian kuantitatif. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 4(1), 59-75. Hlm 63

Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Johannes, R., ... & Beribe, M. F. B. (2021). *Teori perilaku konsumen*. Penerbit NEM.

Nugroho, A. B. *Analisis kepuasan pelanggan terhadap gopay paylater menggunakan end user computing satisfaction (eucs)* (Bachelor's thesis, Fakultas Sains dan Teknologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).

Nuraeni, Y. S., & Irawati, D. (2021). Pengaruh online customer review, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee (Studi kasus pada mahasiswa UBSI). *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(4), 439-450.

Nurmalia, G., Wulan, M. N., & Utamie, Z. R. (2024). Gaya hidup berbasis digital dan perilaku konsumtif pada Gen Z di Bandar Lampung: Keputusan

pembelian melalui marketplace Shopee. *Jurnal Rekognisi Ekonomi Islam*, 3(01), 22-32.

Oktavianti, S., Dekas, R., Haqiqi, T. M., & Malinda, T. (2023). Pengaruh Harga, Minat dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Selatan). *Journal of Management, Entrepreneur and Cooperative*, 2(2), 61-70.

Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu. (2015). Indonesia: Kencana.
Philip Kotler and Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008).

Pramono, A., Tama, T. J. L. G., & Waluyo, T. (2021). Analisis arus tiga fasa daya 197 KVA dengan menggunakan metode uji normalitas kolmogorov-smirnov. *Jurnal RESISTOR (Rekayasa Sistem Komputer)*, 4(2), 213-216.

Pratama, A. N., & Hayuningtias, K. A. (2022). Pengaruh iklan, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy. *Jurnal Mirai Management*, 7(1), 425-436.

Rachmawaty, A. (2021). Strategi marketing menggunakan Instagram. *ATRABIS Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 7(1), 39-51.

Rahayu, M. S. R. S., Saputro, A. H., & Herlinawati, E. (2024). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (E-Wom)*, *E-Service Quality* Dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Ms-Glow Di *Marketplace* Shopee (Studi Pada Konsumen Ms Glow Indonesia *Official Shop*): Bahasa Indonesia. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 10(1), 100-108.

Rahmawati, N. D., Winarso, W., & Anas, H. (2023). Pengaruh *flash sale*, *live shopping*, dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada *Brand Skintific* di Shopee (Studi kasus mahasiswa Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economina*, 2(10), 2740-2755.

Robert Kurniawan dan Budi Yuniarto, Analisis Regresi Dasar Dan Penerapannya Dengan R, (Jakarta, Kencana, 2016), hal. 96-97

Romadhoni, R., Yanti, R., Nasution, T., & Anam, K. (2022). Analisis Faktor Hasil Produksi Kelapa Sawit Menggunakan Regresi Linier Berganda Studi Kasus: Koperasi Unit Desa (KUD) Setia Kawan Desa Koto Damai. *Formosa Journal of Science and Technology*, 1(4), 217-234.

Saputri, M. N., & Pamugar, L. (2024). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

PRODUK EMINA COSMETICS DI KOTA SURAKARTA. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Bisnis*, 1(01), 34-40

Sari, I., rinawati, tri, & rizkiana, citra. (2022). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) DAN ONLINE CONSUMER REVIEW (OCR) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI SHOPEE. *Solusi*, 20(2), 160-169.

Sugiyono. Memahami Penelitian Kualitatif, (Bandung: CV Alfabeta, 2016), hal. 37.

Sukirman, R., & Kumalasari, F. (2023). Pengaruh *Online Customer Review* Dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *Marketplace* Shopee. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(1), 152-159

Surahmah, S., & Hariani, M. (2024). Pengaruh Online Customer Rating, Word of Mouth dan Iklan E-commerce terhadap Minat Beli Pakaian pada Marketplace TikTok dalam Perspektif Islam. *Journal of Islamic Economics Studies and Practices*, 3(1), 82-97.

Suriani, N., & Jailani, M. S. (2023). Konsep populasi dan sampling serta pemilihan partisipan ditinjau dari penelitian ilmiah pendidikan. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24-36.

Susanti, R. (2005). Sampling dalam penelitian pendidikan. *Jurnal Teknodik*, 187-208.

Syaiful Bahri, Metodologi..., hal. 192

Tasriastuti, N. A., Harminingtyas, R., & Widowati, M. (2024). *The Influence Of Price, Electronic Word Of Mouth (E-Wom), And Brand Image On Purchasing Decisions In Shopee E-Commerce Platform*. Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi, 19(1), 111-118.

Triyanto, E., Sismoro, H., & Laksito, A. D. (2019). Implementasi Algoritma Regresi Linear Berganda Untuk Memprediksi Produksi Padi Di Kabupaten Bantul. *Rabit: Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Univrab*, 4(2), 73-86.

Widana, I. W., & Muliani, N. P. L. (2020). Uji persyaratan analisis.

Wijayaningtyas, M., Seran, S., Mulyadi, L., & Inskandar, T. (2019). Pengaruh Faktor Eksternal dan Internal terhadap Produktivitas Tenaga Kerja Proyek Pembangunan Gedung. Hlm, 2

Wilda Nurafifah and Rini Muflihah, 'Pengaruh Customer Review, Customer Rating Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Platform Shopee

(Studi Kasus Pada Pengguna Platform Shopee Di Institut Agama Islam Tasikmalaya Tahun 2024), La Zhulma: *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5.1 (2024), 315-33.

Yanti, R. F., Wahyudi, H., & Amrullah, A. (2022, October). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Marketplace Blibli di Kota Padang. In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 4).

Zahra, K. F., Listyorini, S., & Pinem, R. J. (2021). Pengaruh celebrity endorser, electronic word of mouth, dan harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen kosmetik Wardah di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 965-973.