

DAFTAR PUSTAKA

- Asri Nugrahani Ardianti. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer *Rating* terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee . *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol 8,No 2, 1–11.
- Eliska Sri Putri N. (2019). Pengaruh *Rating* dan online customer review terhadap keputusan pembelian secara online pada marketplace shopee. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Fajri, C., Amelya, A., & Suworo, S. (2022). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. Indonesia Applicad. *JIIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(1), 369–373. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i1.425>
- Ganyang, M. T., & Ritonga, W. (2021). Pengaruh Harga dan Customer Reviews terhadap Minat Beli Teh Gelas pada Pengguna Tokopedia. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 4(2), 373–380.
<https://doi.org/10.36407/jmsab.v4i2>.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungan Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>
- Kotler, Philip; Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*, Erlangga, Jakarta.
- Kotler & Keller. (2016). *Marketing Management* (Stephanie Wal (ed.); 2016th ed.). British Library Cataloguing.
- Listiani. (2023). *Pengaruh Reputasi Perusahaan, Online Customer Review, Dan Online Customer Rating Terhadap Tingkat Kepercayaan Konsumen*. 24–32.
[http://repository.stei.ac.id/10805/4/BAB 3.pdf](http://repository.stei.ac.id/10805/4/BAB%203.pdf)
- Maulidar, C. S. (2022). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEWS, ONLINE CUSTOMER RATING DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE DIKAJI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh)*. 8.5.2017, 2003–2005.
<https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/autism-spectrum-disorders>
- Rahman, A. M., Amelia, W. R., Nasution, F. A., & Zulham, Z. (2022). the Influence of Online Customer Review and Online Customer *Rating* on Purchase Decisions At Tokopedia (Case Study of Tokopedia Users in Medan District, Johor). *Dharmawangsa: International Journal of the Social Sciences, Education and Humanitis*, 3(1), 23–33.

<https://doi.org/10.46576/ijssseh.v3i1.2975>

- Resta, A., Akhmad, K. A., & Gunaningrat, R. (2023). Pengaruh Program Voucher Diskon dan Program Gratis Ongkos Kirim terhadap Minat Beli Ulang pada Aplikasi Shopee Food. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 759–771. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i1.4878>
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211.
- Suksmawati, H. (2020). Strategi Pemasaran Ekowisata Srambang Park Ngawi Pasca Pandemi Covid 19. *Herlina FISIP*, 103–111. [http://repository.upnjatim.ac.id/1331/1/Jurnal Herlina FISIP.pdf](http://repository.upnjatim.ac.id/1331/1/Jurnal%20Herlina%20FISIP.pdf)
- Winarsih, R., Mandey, S. L., & Wenas, R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Makanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Dabu – Dabu Lemong Resto Dan Coffee Kawasan Megamas Di Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 388. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41953>