

DAFTAR PUSTAKA

- Agesti, N., Ridwan, M. S., & Budiarti, E. (2021). The Effect of Viral Marketing, Online Customer Review, Price Perception, Trust on Purchase Decisions with Lifestyle as Intervening Variables in the Marketplace Shopee in Surabaya City. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 8(3), 496-507.
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, W. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee.(Studi pada Mahasiswa Aktif FISIP Undip). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(2), 55-66
- Azis, A. R., Asdar, M., & Munir, A. R. (2021). THE EFFECT OF TRUST AND PRICE ON PURCHASE DECISIONS THROUGH BRAND IMAGE AS INTERVENING VARIABLES (CASE STUDY OF SHOPEE USERS IN MAKASSAR CITY). *Hasanuddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship*, 4(1), 22-39.
- Djan, I., & Adawiyah, S. R. (2020). The Effect of Convenience and Trust to Purchase Decision and Its Impact to Customer Satisfaction. *International Journal of Business and Economics Research*, 9(4), 263.
- Ernanda, D., & Sugiyono, S. (2017). Pengaruh Store Atmosphere, Hedonic Motive Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(10).
- Fahmi Ahmad Burhan. (2021). *Nilai Transaksi E-commerce RI Melonjak 91%, Shopee Kuasai Pasar*. Katadata.co.id; Katadata.co.id. <https://katadata.co.id/yuliawati/digital/60ba67ba89507/nilai-transaksi-e-commerce-ri-melonjak-91-shopee-kuasai-pasar>
- Heliawan, Y. A., & Wisnu, A. M. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Di Kecamatan Kartasura, Sukoharjo. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 18(02), 174-180.
- Hidayati, N. L. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Rreviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(2).
- Ichsan, M., Jumhur, H. M., & Dharmoputra, S. (2018). Pengaruh Consumer Online Rating And Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia Di Wilayah Dki Jakarta. *eProceedings of Management*, 5(2).

Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tahun 2021 | Headline.co.id. (2021, 27 Februari). Headline.co.id | Informasi Berita Faktual Aktual Terbaru Hari Ini. <https://www.headline.co.id/11662/awal-2021-pengguna-internet-indonesia-capai-2026-juta/jumlah-pengguna-internet-indonesia-tahun-2021/>

KASKUS. (2019, 28 Januari). KASKUS. KASKUS. <https://www.kaskus.co.id/thread/5c4e8a41af7e933c4d30038f/1m-dari-easy-shopping-penipuan-bukan/2>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Marketing strategy*. London Business Forum, <https://www.youtube.com/atc>.

Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online Costumer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla. *Jurnal Mirai Management*, 5(3), 139-154

Mahliza, F. (2020). Consumer trust in online purchase decision. *EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR)*, 6(2), 142-149.

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), 173-194.

Nanang Syaifudin. (2020, 20 April). *Pasar e-commerce terbesar Indonesia dari milenial*. Lokadata.ID; Lokadata.id. <https://lokadata.id/artikel/pasar-e-commerce-terbesar-indonesia-dari-milenial>

Nawangsari, S., & Pramesti, W. N. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Keamaan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Tokopedia. com). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 4(3), 385-394.

Prasetio, A. (2012). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Management Analysis Journal*, 1(1). Padang. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 9(2), 173-194.

Pratama, Y. E., Sudarwati, S., & Istiqomah, I. (2019). Keputusan Pembelian Online melalui Aplikasi Shopee di Surakarta Ditinjau dari Kualitas Layanan, Online Customer Review dan Kepercayaan. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(02).

Prayoga, N. D. (2021). *Pengaruh Online Customer Review, Rating dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Marketplace Shopee*.

Salam, H. (2016). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP CUSTOMER TRUST DAN DAMPAKNYA PADA KEPUASAN KONSUMEN (Survey Pada Pengguna Sepeda Motor Yamaha Mio di Fakultas Ekonomi Universitas Pasundan Bandung)*.

Sri Damayanti, R. (2019). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW AND RATING, E-SERVICE QUALITY DAN PRICE TERHADAP MINAT BELI PADA ONLINE MARKETPLACE SHOPEE* (Doctoral dissertation, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang).

Sudjarmika, F. V. (2017). Pengaruh harga, ulasan produk, kemudahan, dan keamanan terhadap keputusan pembelian secara online di Tokopedia. com. *Agora*, 5(1).

www.shopee.co.id

