

## DAFTAR RUJUKAN

- Agustien, P. A., & Iskandar, A. (2022). Pengaruh Harga dan Customer Review terhadap Minat Beli Produk Maskara Maybelline pada pengguna Shopee Mall Indonesia . *Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis*, 4548-4559.
- Alifia, dkk. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli pada Online Store Sociolla. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 909-917.
- Andriyanti, E., & Farida, S. N. (2022). Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate, Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 228-241.
- Antonia, M., & Alexander. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Online Customer Review Tergadap Minat Beli Marketplace Blibli. *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis*, pp-pp.
- Bakhtiar, M. R., & Sunarka, P. S. (2019). Keamanan, Kepercayaan, Harga, Kualitas Pelayanan sebagai pemicu Minat Beli Customer Online Shop Elevenia. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan*, 203-218.
- Bakhtiar, M. R., & Sunarka, P. S. (2020). Faktor-Faktor Peningkat Minat Beli Pelanggan Elevenia di Kotan Semarang. *Majalah Ilmiah Solusi*, 83-100.
- Cahyono, Y. T., & Wibawani, I. D. (2021). Pengaruh Harga, Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *HUBISINTEK*, 867-874.

- Damayanti, R. S. (2019). Pengaruh Online Customer Review and Rating, E-Service Quality dan Price terhadap Minat Beli pada online Marketplace Shopee. *Prosiding 2nd Business and Economics Conferences In Utilizingof Modern Techonolgy*, 684-693.
- Edward, M. N., & Utami, S. (2020). Pengaruh Nilai Akuisisi dan Nilai Tramsaksi terhadap E-Loyalty yang di Mediasi oleh E-Satisfaction pada E-Commere Shopee di kalangan Mahasiswa Universitas Syiah Kuala. *Jurnal Ilmial Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 220-235.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ganyang, M. T., & Ritonga, W. (2021). Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Teh Gelas Pada Pengguna Tokopedia. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 373-380.
- Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jamilah, dkk. (2021). Pengaruh Harga dan Online Customer Review dan Rating terhadap Minat Beli Online pada Tokopedia saat Pandemi Covid-19. *Economics, Accounting And Business Journal*, 308-318.
- Komariyah, D. I. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Rating terhadap Minat Pembelian Online Shopee. *Journal of Business and Innovation Management*, 343-358.
- Kotler, Philip and Gery Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo. *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis*, 128-136
- Ningsih, E. S. (2019). Pengaruh Rating dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1-93.
- Nisa, S. K., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Minat Beli Produk Fashion di Marketplace Shopee. *Jurnal JEMPPER*, 148-156.
- Purbohastuti, A. W., & Hidayah, A.A. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, 37-46.
- Putri, L., & Wandebori, H. (2016). Factors Influencing Cosmetics Purchase Intention. *International Conference on Ethics of Business , Economics, and Social Science*, 255-263.
- Rahmadini, A., & Muslihat, A. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan E-Service Quality terhadap Minat Beli pada Marketplace Lazada di Media Sosial Facebook. *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 1739-1761.
- Rinaja, A. F., Udayana, I. B., & Maharani , B. D. (2022). Pengaruh Online Customer Review, World of Mouth dan Price Consciousness terhadap Minat Beli di Shopee. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*, 435-448.
- Riyanjaya, N. A., & Andarini, S. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Minat Beli produk Wardah di situs Belanja Online Shopee. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 909-926.

- Salima, H. R., & Herwin. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Risiko, Online Customer Review dan Sikap terhadap Minat Beli Pada Instagram Yuna and Co. *Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis*, 2516-2527.
- Sari, D. M., & Mitafitrotin. (2020). Perceived Price, Product Design dan Online Customer Review terhadap Purchase Intention pada Produk Wardah di Marketplace Shopee Mall. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 81-89.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV Alfabeta.
- Syah, M. A., & Indriani, F. (2020). Analisis Pengaruh Online Customer Review terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Kosmetik. *Diponegoro journal of Management*, 1-9.
- Thakur, R. (2018). Customer engagement and online reviews. *Journal of Retailing and Consumer Service*, 48-49.
- Verawaty, dkk. (2022). Upaya Meningkatkan Minat Beli Produk Kecantikan Melalui Peran Customer Review dan Harga . *Jurnal Kewarganegaraan*, 5111-5116.
- Verawaty, dkk. (2022). Pengaruh Harga dan Customer Review terhadap Minat Beli Produk Mascara Maybelline pada Pengguna Shopee Mall Indonesia di Jakarta. *Jurnal Kewarganegaraan*, 5061-5064.
- Wuriyani, I., & Yana, E. (2017). Pengaruh Perhitungan Harga Pokok Produksi dengan Metode Full Costing Terhadap Harga Jual pada PT Totum Diba Ciwaringin Cirebon. *Jurnal Edunomic*, 10-16.

Yasmin, dkk. (2022). Minat Konsumen Kaum Milenial pada Baju Batik di Surabaya. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 19-24.

Yuniar, M. S., & Wardhani, N. I. (2022). Online Customer Review, Persepsi Harga terhadap Minat Beli tiket Lion Air di Wilayah Surabaya. *Journal of Management & Business*, 549-555.

