

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, W. R., Teviana, T., Sienny, S., Hidayat, A., & Khaira, I. (2024). Implementasi Digital Marketing Menggunakan Platform E-Commerce Dan Media Sosial Terhadap Masyarakat Dalam Melakukan Pembelian. *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 5(1), 63–72. <https://doi.org/10.47065/Tin.V5i1.5293>
- Aini, A., & Adinugraha, H. H. (2024). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui Marketplace Shopee Pada Masyarakat Kabupaten Pekalongan. *At-Tasyri': Jurnal Ilmiah Prodi Muamalah*, 16(1), 19–25. <https://doi.org/10.47498/Tasyri.V16.1.2425>
- Aji, M., Nurlenawati, N., Triadinda, D., Studi Manajemen, P., Ekonomi Dan Bisnis, F., & Buana Perjuangan Karawang, U. (2023). The Influence Of Online Customer Review And Customer Rating On Interest In Buying Fashion Products On The Shopee Platform (Study On Management Students At University Buana Perjuangan Karawang) Pengaruh Online Customer Review Dan Customer Rating Terhadap M. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 4(6), 9373–9392. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Albari, A. (2020). Pengaruh Persepsi Keamanan Dan Privasi Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Online. *Jurnal Siasat Bisnis*, 16(1). <https://doi.org/10.20885/jsb.vol16.iss1.art3>
- Aliya Desy Kusdickayati, Intan Sabila, C. A. N., & Olgoritma Jovanka Prima Santoso. (2024). Pengaruh Perceived Security Dan Service Quality Terhadap Interest To Reuse Aplikasi Dana. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 5(1), 37–48.
- Alvi Herzegovino Sianipar, F., & Dra Hj Yoestini, E. (2021). 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), 1–9. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Alwafi, R. M. F. (2025). Peran Trust Dalam Pengaruh Celebrity Endorsement dan Online Customer Reviews Terhadap Purchase Decisions EriGo Store. 9(1), 3454–3476.
- Anasrulloh, M., W.H., M. A., & Haliza, H. N. (2024). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Market Place Shopee. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 12(1), 13–18. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.V12i1.1728>
- Basor, A. A., Fadli, U. M., & Khalida, L. R. (2023). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Shopee

- (Studi Pada Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang). *BUDGETING : Journal Of Business, Management And Accounting*, 5(1), 52–66. <https://doi.org/10.31539/Budgeting.V5i1.7372>
- Chaudhry, R. S. (2023). *Impact Of Online Customer Reviews On Perceived Security Concerns And Purchase Intention Of Online Customers*. 22(03), 617–633. <http://ymerdigital.com>
- Daiya, M., & Maheshwari, B. (2025). *Impact Of Consumer-Generated Online Reviews And Ratings On Purchase Behavior And Sales Performance*. XII(2321), 1345–1351. <https://doi.org/10.51244/IJRSI>
- Diana, F. T. & A. (2022). *Manajemen Dan Strategi Kepuasan Pelanggan* (1st Ed.). Penerbit ANDI Yogyakarta.
- Fandy, T. (2019). *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan, Penelitian*. CV. Andi Offset.
- Hasnida, & Hidral Azhari. (2024). *Fungsi Manajemen George Robert Terry Dalam Pandangan Islam*. 10(02).
- Juanim. (2020). *Analisis Jalur Dalam Riset Pemasaran Pengolahan Data SPSS & LISREL* (T. Risa (Ed.)). PT Refika Aditama.
- Juliani, J., Syawaluddin, S., Putra, A., & Goh, T. S. (2022). Sistem Informasi Pemasaran Dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Journal Of Management And Bussines (JOMB)*, 4(2), 1598–1611. <https://doi.org/10.31539/Jomb.V4i2.4679>
- Khoirunnisa, S., Syarief, N., & Supriadi, Y. N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Nivea. *Bussman Journal : Indonesian Journal Of Business And Management*, 2(1), 240–259. <https://doi.org/10.53363/Buss.V2i1.90>
- Koesworodjati, Y. (2021). *Prinsip Dasar Perilaku Konsumen (Ancangan Strategi Pemasaran)*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pasundan.
- Koesworodjati, Y. (2023). *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran: Ancangan Pemikiran Strategis* (1st Ed.). Penerbit Koperasi Jasa Informasi Karya Bersama (Infokarsa).
- Kumbara, V. B., Neldi, M., Diana, Y., & Ridwan, M. (2023). Determinasi Preferensi Konsumen, Online Customer Review, Kualitas Website Dan Keamanan, Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Pemediasi. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 9(4), 713. <https://doi.org/10.29210/020233528>
- Larasati, P. (2023). Pengaruh Persepsi Keamanan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Beli Online Pada Calon Konsumen Tiktok Shop Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(1), 91–102. <https://doi.org/10.37641/Jimkes.V11i1.1684>

- M. Soleh Mauludin Et Al. (2023). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di E-Commerce. *Indonesian Journal Of Computer Science*, 12(6). <https://doi.org/10.33022/Ijcs.V12i6.3483>
- Manalu, I. F., Saidani, B., & Aditya, S. (2022). Pengaruh Perceived Security Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Intention To Use Dengan Trust Sebagai Intervening Pada Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital Di Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(1), 186–197. <https://doi.org/10.21009/Jbmk.0301.14>
- 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>
- Nupus, H. (2025). *Pengaruh Cyber Crime Dan Persepsi Keamanan Terhadap Tingkat Kepercayaan Pengguna Produk E-Banking (Survei Pada Pengguna E-Banking Bank Syariah Di Indonesia)*. 1(3), 102–116.
- Nur'aini, S. (2023). Peningkatan Perekonomian Indonesia Melalui E- Commerce. *Andromeda*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.24260/Andromeda.V1i1.1918>
- Nur Aini Anisa, Andrik Gastri Widjatmiko, P. F. P. (2024). *Harga Dan Kepercayaan Konsumen Pada Keputusan Pembelian E-Commerce*. 8, 55–60. <https://doi.org/10.46821/Ijms.V3i2.530>
- Nurhaida, & Realize. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Bukalapak Di Kota Batam. *Eco-Buss*, 5(3), 907–920. <https://doi.org/10.32877/Eb.V5i3.651>
- Ovaliana, W. D., & Mahfudz. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen Dan Keputusan Pembelian Make Over Pada Marketplace Shopee Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*, 11(3), 1–12. <http://ejournal-S1.undip.ac.id/index.php/Dbm>
- Pebiyanti, E., Fauzi, A., Husniyyah, T., Intan Tasia, S., Sutendi, Z., & Elsa Vitri, A. (2023). Pengaruh Kualitas Informasi, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Privasi Terhadap Kepercayaan Pengguna Belanja Online (Literature Review). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 4(5), 850–858. <https://doi.org/10.31933/Jemsi.V4i5.1548>
- Pebiyanti, E., Fauzi, A., Husniyyah, T., Tasia, S. I., Zhakila, Sutendi, & Vitri, A. E. (2023). Pengaruh Persepsi Keamanan Dan Privasi Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Online. *Jurnal Siasat Bisnis*, 4. <https://doi.org/10.20885/Jsbs.Vol16.Iss1.Art3>
- Philip Kotler, Gary Armstrong, S. B. (2024). *Principles Of Marketing*. Pearson Education Limited.

- Poppy Oktaviana Putri, N. K. F. A. M. (2025). *Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Shopee Poppy Oktaviana Putri 1 , Ni Kadek Fadia Azda Malika 2 Universitas Esa Unggul, Tangerang*. 6(8).
- Rahmayanti, S., Hadi, M. F., & Radianti, N. (2024). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace Tiktok Shop Di Kalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 13(2), 204–210. <https://doi.org/10.37859/Jae.V13i2.6138>
- Regina, N., & Nurwidawati, D. (2023). Hubungan Antara Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan E-Commerce. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 10(02), 1001–1013.
- Reza, P. &. (2020). *Pengantar Manajemen* (1st Ed.). CV Budi Utama.
- Rozak, A., Yani, D., & Retnosary, R. (2025). *The Influence Of Trust And Consumer Testimonials On Purchasing Decisions In E- Commerce Shopee Indonesia Pengaruh Kepercayaan Dan Testimoni Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Indonesia*. 6(4), 3878–3891.
- Rue, G. R. T. & L. W. (2020). *Dasar-Dasar Manajemen* (B. S. Fatimah (Ed.)). Bumi Aksara.
- Sandria, M., Samsudin, A., & Kokom Komariah. (2020). Peran Ketepatan Job Description Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Jaya Bakti Raharja. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 3(2), 10–16. https://doi.org/10.26460/Ed_En.V3i2.1690
- Sapitri, A., Satun Nur Khoiriyah, A., & Gana Suyatna, R. (2024). Analisis Perbedaan Antara Pengalaman Pembelian Online Dan Offline Dalam Mempengaruhi Prilaku Konsumen. *Jurnal Bintang Manajemen (JUBIMA)*, 2(1), 65–74. <https://doi.org/10.55606/Jubima.V2i1.2608>
- Selfi Dayanti, Ida Bagus Nyoman Udayana, B. D. M. (2021). Pengaruh Perceived Security dan Information Quality terhadap Trust serta Dampaknya Terhadap Online Purchase Intention. *Jurnal Syntax Admiration*, 75(17), 399–405.
- Setyoparwati, I. C. (2019). Pengaruh Ability, Benevolence, Dan Integrity Terhadap Partisipasi E-Commerce (Studi Kasus Konsumen E-Commerce Di Indonesia). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(2), 166–176. <https://doi.org/10.33059/Jmk.V8i2.1682>
- Siagian, M. (2022). *Pengantar Manajemen (Vol 1)*. Batam Publisher.
- Simamora, V., & Maryana, D. (2023). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Tokopedia Dimoderasi Oleh Kualitas Produk. *Cakrawala Repositori IMWI*, 6(1), 666–680. <https://doi.org/10.52851/Cakrawala.V6i1.189>
- Siska Ciswati, I. S. (2023). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Laptop. *Menara Ekonomi*, 9.

- Sitorus, E. I., & Simanjuntak, M. (2024). Pengaruh Review Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Pada Platform E-Commerce Di Indonesia (Study Kasus: Mahasiswa Institut Teknologi Del). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8, 50580–50589.
- Sobandi, A., & Somantri, B. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Winter Journal: Imwi Student Research Journal*, 1(1), 41–52. <https://doi.org/10.52851/Wt.V1i1.5>
- Stanislaus Yoni, Andhita Meylia Sari, Demak Claudia Yosephine Simanjuntak, E., & Novirsar. (2023). The Effect Of Perceived Security, Information Quality And Trust On Online Buyer Decisions (Case Study Of Tokopedia Consumers In Medan). *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 4(4), 3914–3922. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Sutopo (Ed.)). Penerbit Alfabeta.
- Suryani, Kadek Ni, Pedi Riswandi, Immanudin Hasbi, & A. R. (2021). *Pengantar Manajemen Bisnis* (1st Ed.). Widina Bhakti Persada.
- Tibrani, L. H. (2023). *Pokok-Pokok Pemasaran (Upaya Memahami Manajemen Pemasaran)* (M. S. Rona Tanjung, S.Kom. (Ed.); 1st Ed.). Wawasan Ilmu.
- Torang, J., Simamora, M., & Muslim, F. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Online Shop Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2020 Universitas Jambi. 5, 98–107.
- Trihastuti, A. E. (2022). *Manajemen Pemasaran Plus*. Deepublisher.
- Umbaseng, J., & Kumalaningrum, M. P. (2025). The Effect Of Live Streaming And Online Customer Review On Shopee Purchase Intention: Trust As An Intervening Variable. *International Journal Of Social Science Research And Review*, 8(4), 323–336. <https://doi.org/10.47814/Ijssrr.V8i3.2645>
- Utami, M., Yuhelson, & Marniati, F. S. (2024). Tinjauan Yuridis Kejahatan Kebocoran Data Pribadi Dalam Transaksi E-Commerce Di Indonesia. *Jurnal Kritis Studi Hukum*, 9(2), 14–27.
- Wahjono, S. I. (2022). *Perilaku Organisasi*. Rajagrafindo.
- Wardhana, A. (2024). *Consumer Behavior In The Digital Era 4.0*. Eureka Media Aksara.
- Wardhana Aditya. (2024). *Konsep Dasar Manajemen* (P. Mahir (Ed.)). Eureka Media Aksara.