Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Universitas Islam Indragiri

# DAFTAR PUSTAKA

Alyusi, Shiefti Dyah. (2019). *Media Sosial: Interaksi, Identitas Dan Modal Sosial*. Prenada Media.

Amruddin dkk. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Sukoharjo: Pradina Pustaka.

Ananda, Rusydi dan Muhammad Fadhli. (2018). *Statistik Pendidikan: Teori dan Praktik dalam Pendidikan*. Medan: Widya Puspita.

Andrian dkk. (2022). *Perilaku Konsumen*. Malang: Rena Cipta Mandiri.

Asri, Muhammad Faizul. ”Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Shop Sebagai Media Marketing Bisnis Pada Akun @Barang_Unik_Unggulan”. Skripsi. IAIN Parepare. 2024.

Assael, Henry. (2001). *Perilaku Konsumen* (Edisi ke-6). Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Budi, Darma. (2021). *Statiska Penelitian Menggunakan SPSS*. Guepedia.

Chaffey, Dave., & Smith, Paul Russell. (2013). *E-Marketing Excellence: Perencanaan Dan Pengelolaan Pemasaran Digital*. Jakarta: Penerbit Kencana.

Dharmasetiawan, dkk. MENGOPTIMALISASIKAN C-COMMERCE WHATSAPP BUSINESS PADA PENGUSAHA KOPRA PUTIH (GUDANG KELAPA DO’A IBU) TEMBILAHAN KAB. INDRAGIRI HILIR RIAU). *Jurnal Selodang Mayang. Vol. 8 (2).* 2022. Hal. 82-89.

Fandy, Tjiptono. (2011). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi.

_____. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi ke-4). Yogyakarta: Penerbit Andi.

Faturrohman, Ferdy dan Laras Sirly Safitri. (2022). *Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Subang: Polsub Press.

Firdaus, M. dkk. Pengaruh Customer Review, Customer Rating, Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Melalui Kepercayaan Di Online Shop Shopee. *E-Bisma: Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi. Vol. 4 (1).* 2023. Hal. 67-83.

Firmansyah, Anang. (2018). *Perilaku Konsumen: Sikap dan Pemasaran.* Yogyakarta: Deepublish.

Hanief, Yulingga Nanda dan Hasis Himawanto. (2017). *Statistik Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish.

Hasna, Mernindita Rafif. "Pengaruh Harga, *Online customer review* Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Toko Online "Serana Official" (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Semarang)". Skripsi. Universitas Semarang. 2023.

Hotimah, Husnul. "Pengaruh *Online customer review*, Online Customer Rating, Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Di E-Commerce Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Unversitas Tidar)". Skripsi. Universitas Tidar. 2023.

Ichsan. Masyita, Helni Mutiarsih Jumhur dan Soeparwoto Dharmoputra. Pengaruh Consumer Online Rating and Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia Di Wilayah Dki Jakarta Effect of Consumer Online Rating and Review To Buying. *e-Proceeding of Management.* Vol.5(2). 2018. 1828–1835.

Irwansyah, Rudy dkk. (2021). Perilaku Konsumen. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.

Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Edisi ke-3). Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Kamisa, N. dkk. Pengaruh *Online customer review* Dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen (Studi kasus: Pengguna Shopee di Bandar Lampung. *Journal of Economic and Business Research. Vol 2 (1).* 2022. Hal. 21-19.

Hak cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

Kotler, Philip., & Armstrong, Gary. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi ke-12). Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip., & Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ke-13). Jakarta: Penerbit Erlangga.

Ningsih, Ekawati Rahayu. (2021). *Perilaku Konsumen: Pengembangan Konsep dan Praktek Dalam Pemasaran.* Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta.

Ningsih, Eliska Sri Putri. "Pengaruh Rating Dan *Online customer review* Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Marketplace Shopee". Skripsi. Universitas Muhammadiyah Makassar. 2019.

Machali, Imam. (2001). *Metode Penelitian Kuantitatif: Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif.* Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Mulyati, Yofina, and Grace Gesitera. Pengaruh *Online customer review* Terhadap Purchase Intention Dengan Trust Sebagai Intervening Pada Toko Online Bukalapak Di Kota Padang. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship Vol. 9(2).* 2020. Hal. 173.

Priangga, Ilham dan Fansuri Munawar. Pengaruh *Online customer review* Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Lazada (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Bandung). *JBME: Jurnal Bisnis Manajemen dan Ekonomi. Vol. 19 (2).* 2021. Hal. 399-413.

Priyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif.* Sidoarjo: Zifatama Publishing.

Putri, R, Rifa'I A, dan Susantor B.F. Pola Pikir Wirausaha: Cara Kerjanya dalam Mendorong Keberhasilan. *Digital Business Insights Journal. Vol. 1 (1).* 29-33.

Ratriningrum, Ratriana W dkk. Pengaruh *Online customer review* Dan Online Customer Rating Terhadap Customer Trust Pada Marketplace Shopee. *Glory Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial. Vol 5 (2).* 2024. Hal. 381-394.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

Risma, Aprilian Y, dan Guntur SM. Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Marina Hand and Body Lotion Uv White di Tembilahan. *AMBER: Accounting, Management, and Bussines Economy Review. Vol. 1 (1)* 2026. Hal. 215 – 218.

Sahfitri, Diah. " Pengaruh *Online customer review*, Gratis Ongkos Kirim Dan Cash On Delivery Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee Pada Masyarakat Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru". Skripsi. UIN Sultan Syarif Kasim. 2024.

Sari, W. Heni Puspita. "Pengaruh Promosi, Online Customer Review, Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Marketplace Shopee Di Indonesia)". Skripsi. Universitas Lampung. 2022.

Siregar, Sofyan. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Di Lengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.

Sudrajat, Didi. (2020). *Pengantar Statistika Pendidikan Disertai Aplikasi Program SPSS*. Surakarta: Center of Language and Culture Studies.

Sumarwan, Umar. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.

Syadiah, K. "Pengaruh *Online customer review*, Harga Dan Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Marketplace Shopee Pada Generasi Z Bandar Jaya". Skripsi. IAIN Metro. 2024.

Syahyudi, Riki dan Wasiman. Pengaruh Pengalaman Belanja, Customer Review Online dan Layanan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee di Kota Batam. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora (AJSH). Vol. 4 (2)*. 2024. Hal. 650-663.

Yuliansyah, Febriana Putri dkk. Pengaruh Influencer Marketing, *Online customer review*, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian The Originote Hyalucera Moisturizer (Studi Kasus Mahasiswa FEB UNISMA Angkatan 2020). *Jurnal Riset Manajemen. Vol. 13 (1)*. 2024. Hal. 1115-1123.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

‘Ulyati, Wahyu Choirul. “Pengaruh *Online customer review*, Online Customer Rating dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian secara Online pada Marketplace Shopee”. Skripsi. Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman Guppi. 2023.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

**Universitas Islam Indragiri**