

DAFTAR PUSTAKA

- Agarwal, P. (2018). How Does Lighting Affect Mental Health In The Workplace. Forbes.
<https://www.forbes.com/sites/pragyaagarwaleurope/2018/12/31/how-does-lighting-affect-mental-health-in-the-workplace/#54b67df24ccd>
- Aldhama, P. (2022). Pengaruh Review Dan Affiliate Marketing Produk Marketplace Terhadap Impulse Buying Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)
- 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.
- Daeng Intan Trivena M, Mewengkang NN, dkk. (2017). "Penggunaan Smartphone dalam Menunjang Aktivitas Perkuliahan Oleh Mahasiswa Fispol Unsrat Manado". *Acta Diurna*, Volume. VI, Nomor 01 (hlm.5).
- Fadila, M. E., Sihabudin, S., & Fauji, R. (2024). Pengaruh Harga, Review Produk, Affiliate Marketing Terhadap Keputusan Pembelian pada Sosial Commerce. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 6(4), 724-733.
- Farhan, R., . (2024) *Pengaruh Affiliate Marketing, Content Marketing, Dan E-WOM Terhadap Purchase Decision Shopee*. Skripsi thesis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Fitria, F., Adisti, D. T., Dea, D., Gumelar, A., & Setiawan, A. (2024). Exploration of the Role of Tiktok Content: Influencer Strategy, Affiliate Marketing, and Online Customer Reviews in Influencing Generation Z Purchasing Decisions at Shopee. *Athena: Journal of Social, Culture and Society*, 2(2), 345-356
- Fiona, E., & Rosha, Z. (2022). Pengaruh Online Review, Rating Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Abstract of Undergraduate Research, Faculty of Economics, Bung Hatta University*, 20(2), 1-3.
- Fauzi, S., & Lina, L. F. (2021). Peran Foto Produk, Online Customer Review, Online Customer Rating pada Minat Beli Konsumen Di ECommerce. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1)
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

- Gunawan, Didik. (2022). Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2020). Analisis Pengaruh Online Customer Review , Online Customer Rating , dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga. *Jurnal Teknik ITS*, 9(2).
- Kholidah, N., & Arifiyanto, M. (2020). Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian. Penerbit NEM. [https://books.google.co.id/books?id=lzwWEAAAQBAJ&dq=keputusan+pe mbelian&source=gbs_navlinks_s](https://books.google.co.id/books?id=lzwWEAAAQBAJ&dq=keputusan+pe+mbelian&source=gbs_navlinks_s)
- Komariyah. (2022, Februari 8). Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan di RA Nurul Hikmah Bantarjati Kabupaten Majalengka. (O. S. Nurohmah, Interviewer)
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kusumar, M. (2023). Pengaruh Online Customer Review dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike pada Shopee. *Konsumen & Konsumsi: Jurnal Manajemen*, 2(2).
- Maharani, N. P. H., Herny, P., & Dewi, I. A. S. (2024). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating dan Content Marketing terhadap Minat Beli pada Marketplace Shopee (Studi Pada Masyarakat di Kota Denpasar). *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 4(1), 29-39.
- Maulidar, 170602032 (2022) *Pengaruh Online Customer Raviwews, Online Customer Rating dan Harga Terhadap Kepututusan Pembelian Pada Markrtplace Shopee Dikaji Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh)*. Masters thesis, UIN Ar-Raniry.
- Mulyati, Yofina & Gesitera, Grace. (2020). *Jurnal Maksipreneur*. Pengaruh Online Customer Review terhadap Purchase Intention dengan Trust sebagai Intervening pada Toko Online Bukalapak di Kota Padang. Vol 9 No 2. Hal 173- 194
- Mursid, M. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2003. Nasution. Metode Research (Penelitian Ilmiah). Jakarta: Bumi Aksara, 2003.
- Nurjanah, Siti,dkk.(2019).Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.*Jurnal Parameter*.31(2).h:124-133.

- Noviani, S. R., & Siswanto, T. (2022). Pengaruh Online Consumer Review, Rating, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Milenial Marketplace Shopee Di Jakarta Selatan. *Jurnal Inovasi Manajemen & Bisnis (Jimb)*, 1(1), 17–28.
- Paendong, M., & Tielung, M. (2016). Pengaruh Kebutuhan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartfren Di Galeri Smartfren Cabang Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4), 387–395.
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32–46. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i1.526>
- Ramadhan, A. F. (2024). *Pengaruh Affiliate Marketing, Content Marketing, Dan E-WOM Terhadap Purchase Decision Shopee* (Doctoral dissertation, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta).
- Rahman, A. M. (2022). *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia Di Kecamatan Medan Johor)* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Rahmawati, A. I. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas Pgrri Semarang). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Ekonomi Kreatif*, 1(1), 18-23
- Rulyagustin, A., & Prastiwi, S. K. (2023). *Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, Dan E-Trust Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Sociolla Pada Generasi Z Di Solo Raya* (Doctoral dissertation, UIN Surakarta).
- Sanaky, Musrifah M., La M. Saleh, dan Henriette D. Titaley. 2021. “Analisis FaktorFaktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah.” *Jurnal Simetrik* 11(1):432–39.
- Safitri, P. S. (2023). *Pengaruh Viral Marketing, Affiliate Marketing, Dan Celebrity Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Shopee Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Magelang)* (Doctoral dissertation, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang)
- Sianipar, F. A. H., & Yoestini, Y. (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(6).

- Shilfiyo, & Rummyeni. (2022). Pengaruh Content Marketing Shopee Afiliasi melalui Media Tiktok terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Jab, 20(02), 37–48*
- Sugiyono, (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: PT Alfabet
- Tantrabundit, P. 2019. Influence of Online Review and Rating System towards Universitas Negeri Padang Atas kartu Perdana IM3. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. (1):1-9.
- Ulhab, N., & Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, D. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Bolo Kabupaten Bima). *Jurnal PenKoMi : Kajian Pendidikan Dan Ekonomi*, 5(2), 132–142. <http://jurnal.stkipbima.ac.id/index.php/PK/index>
- Yusliani, Y., Robyardi, E., & Novalia, N. (2023). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas PGRI Palembang). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 5575-5586.
- Yusuf,dkk. 2022. *Pengantar Ilmu Pendidikan*. Jakarta: Balai Aksara Edisi III.