

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Prof. Ma'ruf. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015.
- Agustina, Lidya, Alifia Oktrina Fayardi, dan Irwansyah Irwansyah. "Online Review: Indikator Penilaian Kredibilitas Online dalam Platform E-commerce." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 15, no. 2 (2018): 141–54.
- Ahmaddien, Iskandar, dan Yofy Syarkani. *Statistika Terapan dengan Sistem SPSS*. Bandung: ITB Press, 2019.
- Alfani, Mufti Hasan. "Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Impulse Buying pada Produk Online Menurut Ekonomi Syariah." *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)* 3, no. 2 (2020): 365–77.
- Al-Qur'an. *Al-Qur'an Transliterasi per Kata dan Terjemahan per Kata*. Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2018.
- Apriliana, Eka Sri. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Pakaian Syar'i (Studi Kasus Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin)." *Al Iqtishadiyah Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah* 5, no. 1 (2019): 10.
- Bakti, Umar, Hairudin, dan Maria Septijantini Alie. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung." *Jurnal Ekonomi* 22, no. 1 (2020).
- Basuki, Agus Tri. *Analisis Statistik Dengan SPSS*. Yogyakarta: Danisa Media, 2015.
- Bukalapak. "Tentang Kami," n.d. <https://bukalapak.com/>.
- Christy, Firdhi Esterina. "Prediksi Angka Pengguna E-commerce di Indonesia 2024," 2020. <https://data.tempo.co/data/909/prediksi-angka-pengguna-e-commerce-di-indonesia-2024>.
- Databoks. "Data Pengunjung E-commerce 2020-2022," n.d. <https://databoks.katadata.co.id/>.
- Fadhillah, Nur. "Transaksi Bisnis E-Commerce Dalam Perspektif Islam." *Jurnal QIEMA* 6, no. 2 (2020): 142–63.
- Febriyanti, Siska, dan Boy Satria. "Promosi Dalam Kegiatan E-Commerce Dalam Perspektif Islam." *El -Hekam* 7, no. 2 (2022): 233.
- Firmansyah, Anang. *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Pasuruan: Qiara Media, 2019.
- Gabriela, Yoshua, dan M. Rachman Mulyandi. "Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat

- Beli Pelanggan E-Commerce.” *Jurnal Jempper : Jurnal Ekonomi, Manajemen Parawisata Dan Perhotelan* 1, no. 1 (2022): 121–25.
- Ghazali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2018.
- Hafni, Syafrida Sahir. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2021.
- Halim, Nico Rifanto, dan Donant Alananto Iskandar. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Persaingan Terhadap Minat Beli.” *Jurnal Ilmu dan Riset ...* 4, no. 3 (2019): 415–24.
- Hamdi, Asep Saepul, dan E. Baharuddin. *Metode Penelitian Kuantitatif (Aplikasi dalam Pendidikan)*. Yogyakarta: Deepublish, 2014.
- Hardani. *Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu Group, 2020.
- Hariyanto, Halila Titin, dan Lantip Trisunarno. “Analisis Pengaruh Online Customer Review , Online Customer Rating , dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga.” *Jurnal Teknik ITS* 9, no. 2 (2020): A234–39.
- Harli, Izzatul Islami, Ali Mutasowifin, dan M. Syaefudin Andrianto. “Pengaruh Online Consumer Review dan Rating terhadap Minat Beli Produk Kesehatan pada E-Marketplace Shopee Selama Masa Pandemi COVID-19.” *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* 04, no. 04 (2021): 558–72.
- Hasan, Ali. *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service (CAPS), 2013.
- Hidayah, Khusnul. “Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran PT Bukalapak Dalam Mengembangkan Umkm Melalui Online Markerplace.” Universitas Islam Negeri Jakarta, 2020.
- Hikmawati, Fenti. *Metodologi Penelitian*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada, 2020.
- Ig.Dodiet Aditya Setyawan. *Hipotesis Dan Variabel Penelitian*. Sukoharjo: Tahta Media, 2021.
- Irvanto, Ogy, dan Sujana Sujana. “Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 8, no. 2 (2020): 105–26.
- Istiqomah, L, dan U Usman. “Pengaruh Online Customer Review, Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai” *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan ...* 1, no. 1 (2021): 76–88.
- Iswandi, Andi. “Review E-Commerce dalam Perspektif Bisnis Syariah.” *Al-Tasyree: Jurnal Bisnis, Keuangan dan Ekonomi Syariah* 13, no. 01 (2021): 9–20.

- Japarianto, Edwin, dan Stephanie Adelia. "Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 14, no. 1 (2020): 35–43.
- Julianti. "Pengaruh Online Costumer Review Dan Online Costumer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Online Marketplace (Studi Mahasiswa Universitas Pasir Pengaraian)." *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos* 11, no. 2 (2022): 51–58.
- Kamisutara, Made Dkk. *E-commerce Pemograman Web*. Surabaya: Narotama University Press, 2016.
- Kartini, Iis, Edi Wahyu Wibowo, dan Eko Sugiyanto. "Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Berdampak Loyalitas Dalam Berbelanja Online Pada Shopee." *Jurnal Lentera Bisnis* 10, no. 1 (2021): 57.
- Komariyah, Desi Intan. "Pengaruh Online Customer Rview dan Rating Terhadap Minat Pembelian Online Shopee (Studi Kasus Pada Santri Putri Pondok Pesantren Salafiyah Syafi'iyah Seblak Jombang)." *Journal of Business and Innovation Management* 4, no. 2 (2022): 343–58.
- Kudus, FEBI IAIN. "Data Mahasiswa Aktif," n.d. <https://sites.google.com/iainkudus.ac.id/febi-iain-kudus>.
- Kurniawan, Agung Widhi, dan Zarah Puspitasningtyas. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016.
- Kurniawan, Bayu. "Pengaruh Online Customer Reviews Dan Rating Terhadap Minat Pembelian Di Lazada." *Jurnal Ilmiah Bisnis Manajemen dan Akuntansi* 2, no. 2 (2021): 121–29.
- Kusumastuti, Adhi. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Kusumayanti, Kepi, Shandrya Victor Kamanda, dan Nurul Qolbi. "Pengaruh Service Quality , Brand Image , Dan Price Terhadap Covid-19 Di Batam." *Jurnal AL-AMAL* 1, no. 1 (2022): 53–58.
- Machali, Imam. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, 2017.
- Markey. "Bukalapak Adalah? Profil Perusahaan dan Layanannya," 2019. <https://markey.id/blog/bisnis/bukalapak-adalah>.
- Masrukhin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kudus: Mibarda Publishing, 2017.
- Muhid, Abdul. *Analisis Statistik Edisi 2*. Sidoarjo: Zifatama Jawa, 2019.
- Mulyani, Baiq Adia Ayu, Lalu Adi Permadi, dan Rusminah. "Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan

- Pembelian Online Pada Situs Bukalapak.” *Jurnal Riset Pemasaran* 1, no. 1 (2022): 1–7.
- Murfadila, Annisa, Hendri Tanjung, dan Gunawan Ikhtiono. “Pengaruh Promosi, Kehalalan Produk dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Pengguna E-Commerce Shopee pada Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Ibn Khaldun Bogor .” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 4, no. 1 (2021): 27–40.
- Muslim, Imam. *Shahih Muslim*. Surabaya: Al Hidayah, n.d.
- Musnaini, Audia Junita, Hadion Wijoyo, dan Irjus Indrawan. *Digital Business*. Banyumas: Pena Persada, 2020.
- Nabilah, Purba, Yahya Mhd, dan Nurbaiti. “Revolusi Industri 4.0 : Peran Teknologi Dalam Eksistensi Penguasaan Bisnis Dan Implementasinya.” *Jpsb* 9, no. 2 (2021): 91–98.
- Ngatno, Dr. Drs. “Manajemen Pemasaran.” Semarang: EF Press Digimedia, 2018.
- Nikmatulloh, Arnanda Awal, dan Andi Wijayanto. “Pengaruh Kesadaran Merek, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Minat Beli Online Pada Marketplace Bukalapak (Studi Pada Pengguna Bukalapak Di Kota Semarang).” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 10, no. 10 (2021): 837–48.
- Noor, Zulki Zulkifli. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Petunjuk Praktis untuk Penyusunan Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Yogyakarta: Deepublish, 2015.
- Nufus, Hayatun, dan Trisni Handayani. “Strategi Promosi dengan Memanfaatkan Media Sosial TikTok dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada TN Official Store).” *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi* 6, no. 1 (2022): 21–34.
- Nuraeni, Yuni Siti, dan Dwi Irawati. “The Effect of Online Customer Review, Quality Product, and Promotion on Purchasing Desicion Through Shopee Marketplace.” *Jurnal Ilmiah Manajemen* 9, no. 4 (2021): 439–50.
- Nurhadi, Nurhadi. *Adopsi Electronic Commerce Teori Praktek dan Implikasi pada Usaha Kecil dan Menengah*. Surabaya: PT. Revka Petra Media, 2015.
- Nuryadi, Tutut Dewi Astuti, Endang Sri Utami, dan M. Budiantara. *Buku Ajar Dasar-dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: Sibuku Media, 2017.
- Ovaliana, Wiharti Dwi, dan Mahfudz. “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, no. 1 (2022): 1–12.

- Pranata Printing. “Sejarah Singkat Perusahaan Bukalapak Dan Perkembangannya,” n.d. <https://www.pranataprinting.com/sejarah-singkat-perusahaan-bukalapak-dan-perkembangannya/>.
- Purnomo, Rochmat Aldy. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo: CV. Wade Group, 2016.
- Puspitarini, Dinda Sekar, dan Reni Nuraeni. “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi.” *Jurnal Common* 3, no. 1 (2019): 71–80.
- Rahmadani, Nurul, Masitah Handayani, Rohminatin Rohminatin, dan Pristiyanilicia Putri. “Pemanfaatan E-Commerce Bagi Generasi Milenial.” *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal* 3, no. 2 (2020): 123–28.
- Ramadhani, Tiara, dan Vicky F. Sanjaya. “Pengaruh Rating dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan sebagai Pemeditasi pada Marketplace Shopee dalam Perspektif Ekonomi Islam.” *Jurnal Manajemen Bisnis Islam* 2, no. 2 (2021): 155–74.
- Ratama, Niki, Munawaroh, dan Sri Mulyati. “Sosialisasi Penggunaan Ecommerce Dalam Perkembangan Bisnis di Era Digital.” *Abdi Jurnal Publikasi* 1, no. 1 (2022): 6–12.
- Rinaja, Atma Fadna, Ida Bagus Nyoman Udayana, dan Bernadetta Diansepti Maharani. “Pengaruh Online Customer Review, Word Of Mouth, And Price Consciousness Terhadap Minat Beli Di Shopee.” *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik* 9, no. 3 (2022): 435–48.
- Riyanjaya, Novita Amalia, dan Sonja Andarini. “Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Minat Beli Produk Wardah di Situs Belanja Online Shopee.” *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3, no. 5 (2022): 909–26.
- Rizaty, Monavia Ayu. “Pengguna Internet di Indonesia Sentuh 212 Juta pada 2023,” 2023. <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023>.
- Rohmatulloh, Cincin, dan Devilia Sari. “Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening pada Shopee.” *Jurnal eProceedings of Management* 8, no. 3 (2021).
- Saleh, Muhammad Yusuf, dan Miah Said. *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: Sah Media, 2019.
- Salim, Agus, Nurhajati, dan Khalikussabir. “Pengaruh Promosi, Daya Tarik Iklan, Dan Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen Online Shop Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa

- FEB Angkatan 2018)." *Jurnal 10Riset Manajemen* 11, no. 25 (2022): 95–100.
- Saparso. *Marketing Process*. Jakarta: Ukrida Press, 2021.
- Sianipar, Alvi Herzegovino Frederick, dan Yoestini. "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, no. 4 (2021): 1–10.
- Siregar, Lisma Yana, dan Muhammad Irwan Padli Nasution. "Pengaruh Promosi, Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian Produk Bagi Pengguna Tokopedia Pada Mahasiswa/I Uinsu)." *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi* 9, no. 3 (2022): 975–85.
- Solihin, Dede. "Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga. Mowen, J. C., & Micheal, M. (2012). Perilaku Konsumen. Jakarta: Erlangga." *Jurnal Mandiri* 4, no. 1 (2020): 38–51.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- Sujarweni. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: ANDI, 2015.
- Supriadi, Gito. *Statistik Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press, 2021.
- Suryani, Mufid, Nida Nusaibatul Adawiyah, dan Erlin Beliya Syahputri. "Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Sociolla Pada Masa Pandemi Covid-19." *Formosa Journal of Multidisciplinary Research* 1, no. 1 (2022): 49–74.
- Suryati, Lili, Lenny Menara Sari Saragih, Fajrillah Fajrillah, Andriasan Sudarso, dan Altari Meli Gita Tarigan. "Pengaruh Harga, Produk, dan Promosi Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada." *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)* 3, no. 3 (2022): 380–85.
- Syarif, Muhamad, dan Wahyu Nugraha. "Pemodelan Diagram UML Sistem Pembayaran Tunai Pada Transaksi E-Commerce." *Jurnal Teknik Informatika Kaputama (JTIK)* 4, no. 1 (2020): 70.
- Tanjung, Agustini. "Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa* 05, no. 03 (2020): 1–18.
- Tobing, Elsa Rani Lumban. "Pengaruh Rating dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Fashion Melalui

- Shopee di Kota Medan.” Universitas HKBP Nommensen Medan, 2022.
- Tumonggor, Kevin Klifford Radja, dan Paul Eduard Sudjiman. “Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Di Alfamart Braga, Jalan Braga No 66, Kota Bandung.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 15, no. 1 (2022): 77–95.
- Wahyudi, Taesar. “Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen Remaja Kota Mataram Pada Pembelian Produk Fashion Shopee Online Shop.” *Jurnal Riset Manajemen* 19, no. 1 (2019): 1.
- Wikipedia. “Bukalapak,” n.d. <https://id.wikipedia.org/wiki/Bukalapak>.
- Winarso, Widi, dan Mulyadi. *Manajemen Pemasaran*. Banyumas: Pena Persada, 2022.
- Winda, Winda, dan Firmansyah Kusumayadi. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kantin Yuank Kota Bima.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara* 3, no. 2 (2021): 204.
- Witro, Doli, Muhamad Izazi Nurjaman, Dena Ayu, dan Camelia Sofwan Al-Rasyid. “Kontestasi Marketplace Di Indonesia Pada Era Pandemi: Analisis Strategi Promosi Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Dan Blibli Dalam Pemulihan Ekonomi Nasional.” *OIKONOMIKA : Jurnal Kajian Ekonomi dan Keuangan Syariah* 2, no. 2 (2022): 33–42.