

Daftar Pustaka

- Ardianti, a. W. (2022). Pengaruh online customer review dan online customer. Klaten
- Erviana Ayu Ningtyas, Bahari, M. F., & Dermawan, R. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Tokopedia di Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk Abstrak Abstract. *Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur*, c, 100–108. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2109>
- Dharma, W. (2023). *Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pembelian Tiket*. 6(1), 336–341.
- Fauzi, S., & Lina, L. F. (2021). Peran Foto Produk, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Pada Minat Beli Konsumen Di E-Commerce. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 21. <https://doi.org/10.24853/jmmb.2.1.21-26>.
- Gusniar, A. (2022). Pengaruh Attractiveness, Trustworthiness, dan Expertise Beauty Vlogger terhadap Minat Beli Produk Kecantikan di Youtube (Studi pada Mahasiswi di Tiga Universitas Yogyakarta). *EXERO : Journal of Research in Business and Economics*, 3(2), 187–210. <https://doi.org/10.24071/exero.v3i2.4297>
- Halila Titin Hariyanto. (2020). *Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko Online di Shopee*.
- Ilwan, B. M., MS, M., & Ramelan, M. R. (2022). Pengaruh Label Halal, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Wardah di Indonesia. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(9), 14548–14562.
- Indrawati, L., & Nurjanah, L. (2023). *Analysis of Factors Affecting Repurchase Intention In Mobile Shopping Applications On Generation Y Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Membeli Kembali di Aplikasi Mobile Shopping Pada Generasi Y*. 4(4), 3718–3734.
- Jamilah, N. A. . A. I. . & Ramadhan, R. R. (2021). 240-Article Text-762-1-10-20220326. *Ecountbis*, 1(1), 308–318.
- Komariyah, D. I. (2022). Pengaruh Online Customer Riwiew dan Rating Terhadap Minat Pembelian Online Shopee (Studi Kasus Pada Santri Putri Pondok Pesantren Salafiyah Syafi ' iyah Seblak Jombang) PENDAHULUAN Pesatnya perkembangan internet memberikan dampak yang besar bagi aspek s. *Journal of Business and Innovation Management*, 4, 343–358.
- Nurniati, N., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2023). *Electronic Word of Mouth (e-WoM) and Influencer Marketing Strategy on Purchase Decision of Skincare Products in Marketplace*. 3(2), 290–304.
- Restuti, N., & Kurnia, M. (2022). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan Transaksi, Kualitas Informasi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Secara Online Pada Marketplace Shopee. *Borobudur Management Review*, 2(1), 24–40. <https://doi.org/10.31603/bmar.v2i1.6817>
- Sari, F. (2019). Online Customer Riwiew. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 3(1), 10–27.
- Savitri, C., & Khalida, L. R. (2019). Pengaruh e-Wom pada Bisnis Online. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Kreatif*, 5(1). <https://doi.org/10.36805/manajemen.v5i1.970>
- Tokopedia, D. I. (2021). *Analisis pengaruh online customer review dan rating terhadap minat beli produk elektronik di tokopedia*. 2(1).
- Wahyuni, T., & Yoestini, Y. (2022). Pengaruh Online Customer Rating Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di E-Commerce Dengan *Diponegoro Journal of Management*, 11, 1–15.
- Wiska, M., Resty, F., & Fitriani, H. (2022). Jurnal manajemen dewantara. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 4(2), 90–97.