

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, F., Manajemen, P. and Ekonomi dan Bisnis, F. (2024) 'Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Pada Produk Kosmetik Barenbliss', *Jurnal Mahasiswa Teknik Industri*, 7(2), pp. 270–275.
- Abdillah, W. and Hartono, J. (2015) 'Partial least square (PLS) Alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis', *Yogyakarta: Penerbit Andi*, 22, pp. 103–150.
- Agustina, L. and Kurniawan, F. (2018) 'Sistem Reputasi Penjual dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian di Platform C2C E-commerce', *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 7(1). Available at: <https://doi.org/10.7454/jki.v7i1.9700>.
- Agustini, N.K.D.A. (2017) 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli Di Online Shop Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2012', *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(1), p. 127. Available at: <https://doi.org/10.23887/jjpe.v9i1.19997>.
- Agustiningsih, L. and Hartati, R. (2023) 'terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan pada Layanan Shopee', 4(2), pp. 13–30.
- Ainun, H. and Muslichah, I. (2022) 'Pengaruh Reputasi, Kualitas Informasi, Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Niat Beli dan Niat WOM pada Situs Social Commerce Kecantikan di Indonesia', *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa ...*, 01(06), pp. 88–100. Available at: <https://journal.uui.ac.id/selma/article/view/26802>.
- Aisyiyah, N., Hartoyo, H. and Krisnatuti, D. (2019) 'Analisis Perilaku Komplain Konsumen Online Shopping', *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, 12(3), pp. 248–259. Available at: <https://doi.org/10.24156/jikk.2019.12.3.248>.
- Anggi Putra (2020) '10205-23877-1-Sm(Mbu I)', 3(2), pp. 196–211.
- Arbaini, P. (2020) 'Pengaruh Consumer Online Rating Dan Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace Tokopedia', *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 7(1), pp. 25–33. Available at: <https://doi.org/10.26905/jbm.v7i1.3897>.
- Arda, S. and Hasoloan, A. (2021) 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Secara Online Pada Shop Lazada', *Jurnal Bisnis Corporate*, 6(1), pp. 19–28. Available at: <https://doi.org/10.46576/jbc.v6i1.1485>.
- Ardi Rahman Thobaroni, & B.W. (2018) 'Pengaruh Feedback Pembeli Dan Rating Toko Terhadap Keputusan Pembelian Dipasar Online/Marketplace (Studi kasus pada Mahasiswa FEB UNISMA Angkatan 2018)', *Pengaruh Feedback Pembeli Dan Rating Toko Terhadap Keputusan Pembelian Dipasar Online/Marketplace (Studi kasus pada Mahasiswa FEB UNISMA*

- Angkatan 2018*, (2014), pp. 77–84.
- Aziz, A. and Tiarawati, M. (2021) ‘Pengaruh Reputasi Penjual, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Second Hand (Studi Pada Pengguna Aplikasi Olx)’, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 12(1), pp. 2–14.
- Br Marbun, M., Hapzi Ali and Fransiskus Dwikotjco (2022) ‘Model Keputusan Pembelian dan Pembelian Ulang: Analisis Promosi dan Kualitas Pelayanan’, *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(3), pp. 571–586. Available at: <https://doi.org/10.38035/jim.v1i3.66>.
- Budiarto, S. (2022) ‘Pengaruh Ulasan Pelanggan Online, Citra Merek, dan Kepercayaan terhadap Niat Pemesanan Hotel Konsumen Secara Online(Survei Online pada Pengguna Aplikasi Traveloka)’, *Journal of Indonesia Marketing Association (IMA)*, 1(1), pp. 9–24.
- Candra Irawan, I. (2020) ‘Analisis e-marketing terhadap keputusan pembelian konsumen secara online’, *Journal of Business and Banking*, 9(2), p. 247. Available at: <https://doi.org/10.14414/jbb.v9i2.1907>.
- Cesariana, C., Juliansyah, F. and Fitriyani, R. (2022) ‘Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace’, *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), pp. 211–224.
- Dinawan, M.R. (2010) ‘ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi kasus pada konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya Semarang)’, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 9(3), pp. 335–369. Available at: www.cahyamotor.com/index.
- Eka Putra, A.S. (2021) ‘Pengaruh Kompetensi Dan Integritas Terhadap Kinerja Perangkat Desa’, *JESS (Journal of Education on Social Science)*, 5(1), p. 24. Available at: <https://doi.org/10.24036/jess.v5i1.314>.
- Ernawati, R. (2021) ‘Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta’, *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), pp. 80–98. Available at: <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>.
- Fajar Arini, D.A., Hartono, S. and Istiqomah, I. (2022) ‘Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee ditinjau dari Celebrity Endorser, Online Customer Review dan Rating’, *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(4), pp. 680–692. Available at: <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i4.1002>.
- Fandiyanto, R., Sularso, R.A. and Irawan, B. (2018) ‘Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Ketanggapan, Harga dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kepercayaan dan Keputusan Pembelian Produk Kerajinan Danbo Secara Online’, *Growth*, 15(1), pp. 54–71.
- Faradita, P.A. and Widjajanti, K. (2023) ‘Pengaruh Online Customer Review, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia’, *Solusi*, 21(2), p. 543. Available at: <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i2.6333>.
- Fatmawati, Z.& (2020) ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Keluarga Karunia Sejahtera (K3S) Gresik’, *JEK - Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Kreatif*, 5 No 2(60), pp. 93–

102.

- Fauzan, M.A., Nisafani, A.S. and Wibisono, A. (2019) 'Seller reputation impact on sales performance in public e-marketplace bukalapak', *Telkomnika (Telecommunication Computing Electronics and Control)*, 17(4), pp. 1810–1817. Available at: <https://doi.org/10.12928/TELKOMNIKA.V17I4.11780>.
- Geo Vanny Maruli Tua¹, Andri², dan I.M.A. (2019) 'Kepuasan Pelanggan - Konsep, Pengukuran, & Strategi', *CV. Andi Offset*, 1(4), pp. 1–342.
- Ghozali, I. and Latan, H. (2015) 'Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smartpls 3.0 untuk penelitian empiris', *Semarang: Badan Penerbit UNDIP* [Preprint].
- Given, L. (2012) 'Purposive Sampling', *The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods*, 9(8), pp. 2895–2914. Available at: <https://doi.org/10.4135/9781412963909.n349>.
- Graciafernandy, M.A. and Almayani, R.N. (2023) 'Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating dan Online Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee', *POINT: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 5(1), pp. 97–106. Available at: <https://doi.org/10.46918/point.v5i1.1800>.
- Hadi, R.M., Februadi, A.C. and Gunawan, A.I. (2021) 'Analisis Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Konsumen Dalam Belanja Online', *Prosiding The 12th Industrial Research Workshop and National Seminar*, pp. 4–5.
- Haile G, A.M. and E.A. (2023) 'No Titleการบริหารจัดการการบริการที่มีคุณภาพในโรงพยาบาลสังกัดกระทรวงสาธารณสุข', *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย*, 4(1), pp. 88–100.
- Iftita Rizki Amalia, K.& I.F. (2021) '3) 1,2,3', 2(4), pp. 1271–1280.
- Kamisa, N., Putri, A.D. and Novita, D. (2022) 'PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER RATING TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN (Studi kasus: Pengguna Shopee di Bandar Lampung)', *Journals of Economics and Business*, 2(1), pp. 21–29. Available at: <https://doi.org/10.33365/jeb.v2i1.83>.
- Luh Kadek Budi Martini, Ejasa Sembiring and Frandy Paulus (2022) 'Customer Online Customer Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Modeliafashion Pada Marketplace Tokopedia Jakarta', *Journal of Applied Management and Accounting Science*, 4(1), pp. 15–24. Available at: <https://doi.org/10.51713/jamas.v4i1.67>.
- Maharani (2023) 'Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Implora Cheek & Liptint di Shopee Pada Pelanggan Implora Cosmetics di Desa Bangun Sar', pp. 1–185.
- Maharani, O.S. and Wijayanti, R.F. (2021) 'Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan', *Jurnal Aplikasi Bisnis*, Vol.7, No., p. 1.
- Maulana, F. and Santy, R.D. (2021) 'Pengaruh Ulasan Online Terhadap Niat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening (Studi Kasus Terhadap

- Pengguna Aplikasi Tokopedia di Kota Bandung)', *Journal of Economics, Management, Business and Accounting*, 1(1), pp. 84–92. Available at: <https://doi.org/10.34010/jemba.v1i1.5022>.
- Mokodompit, H.Y., Lopian, S.L.H.V.J. and Roring, F. (2022) 'Pengaruh Online Customer Rating, Sistem Pembayaran Cash on Delivery Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Dan Alumni Equil Choir Feb Unsrat)', *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(3), p. 975. Available at: <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43393>.
- MUKTI, A. and Aprianti, K. (2021) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kirani Coffee', *Jurnal Bina Manajemen*, 10(1), pp. 229–246. Available at: <https://doi.org/10.52859/jbm.v10i1.163>.
- Nahera, F. and Evelina, T.Y. (2023) 'Pengaruh Online Consumer Review dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee di Kota Malang', *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(1), pp. 14–19.
- Narimawati, U., Anggadini, S. and Ismawati, L. (2011) *Penulisan Karya Ilmiah*. Pertama. Pondok Gede, Bekasi: Genesis.
- Nurjanah (2021) 'Analisis Kepuasan Konsumen dalam Meningkatkan Pelayanan Pada Usaha Laundry Bunda Nurjanah', *Jurnal Mahasiswa*, 1, pp. 117–128.
- Nurrahman, H. (2021) 'Membangun Kepercayaan Konsumen Untuk Meningkatkan Wom Pada E-Commerce Shopee', *Akmenika: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 18(1), pp. 492–501. Available at: <http://journal.upy.ac.id/index.php/akmenika/article/view/1443%0Ahttps://journal.upy.ac.id/index.php/akmenika/article/view/1443/1034>.
- Pradana, B.C. and Wijaya, A. (2023) 'Tren Fashion Merk Lokal: Antara Gaya Hidup Dan Representasi Nasionalisme Di Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Semarang', *Jurnal Praksis dan Dedikasi Sosial (JPDS)*, 6(2), p. 128. Available at: <https://doi.org/10.17977/um032v6i2p128-137>.
- Prayuda, Y. and Anwar, A. (2023) 'Pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan harga terhadap keputusan pembelian online pada konsumen shopee di kota padang', *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 3(2), pp. 630–646.
- Putra, F., Supriyatin and Sakti, I. (2021) 'Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Citra terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Helpdesk Jaringan Komunikasi Data Ditjen Dukcapil Kemendagri)', *Jurnal Manajemen STEI*, 04(01), pp. 1–23.
- Putri Ayu Wijayanthi, N.P. and Widya Goca, I.G.P.A. (2022) 'Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen terhadap Repurchase Intention Di Tokopedia', *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium*, 8(1), pp. 102–117. Available at: https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v8i1.844.
- Raharjo, S., Wulandari and Anoki Herdian Dito (2024) 'Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Virtual Genshin Impact', *Applied Research in Management and Business*,

- 3(2), pp. 40–52. Available at: <https://doi.org/10.53416/arimbi.v3i2.230>.
- Rahmawati, A.I. (2021) ‘Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas Pgri Semarang)’, *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Ekonomi Kreatif*, 1(1), pp. 18–23. Available at: <https://doi.org/10.26877/jibeka.v1i1.3>.
- Ramadan, F., Hafid, H. and Muhammadiyah, S. (2021) ‘Pengaruh online customer review dan e-service quality terhadap keputusan pembelian melalui marketplace’, *Forum Ekonomi*, 23(3), pp. 405–412. Available at: <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI>.
- Ramadhana, R. and Nicky, M.F. (2022) ‘Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee: Influence Of Online Customer Review On Purchase Decisions On The Marketplace’, *Prospek*, 1(1), pp. 157–166. Available at: <https://ojs.mahadewa.ac.id/index.php/prospek/article/view/1741>.
- Regina, N., Baskara, D. and Nurwidawati, D. (2023) ‘Hubungan antara Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan E-commerce The Relationship between Consumer Trust and Purchasing Decisions in E- commerce Customers Abstrak’, *Jurnal Penelitian Psikologi* |, 10(02), pp. 1001–1013.
- Rendy Irwanto, M. and Tjipto Subroto, W. (2022) ‘Pengaruh kepuasan konsumen dan promosi terhadap niat pembelian ulang konsumen shopee saat pandemi’, *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(2), pp. 289–302. Available at: <https://doi.org/10.22437/jpe.v17i2.17438>.
- Rezha Devi Anggreini and Suparwati (2020) ‘Pengaruh Media Sosial dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online di Adorable Projects Cimahi Jawa Barat’, *Jurnal Bisnis Indonesia*, 53(9), pp. 91–102.
- Riki Riswandi (2019) ‘Pengaruh Reputasi Penjual dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan Konsumen yang Berdampak pada Keputusan Pembelian’, *Digital Economic, Management and Accounting Knowledge Development (DEMAND)*, 1(2), pp. 42–55. Available at: <https://doi.org/10.46757/demand.v1i2.92>.
- Rinaja, A.F., Udayana, I.B.N. and Maharani, B.D. (2022) ‘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(3), pp. 435–448. Available at: <https://doi.org/10.37606/publik.v9i3.345>.
- Riska Sari Melati (2020) ‘Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Surabaya)’, *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(2), pp. 882–888. Available at: <https://forms.gle/t44jvKgVK6XAiZwi8>.
- Rorie, A.G.S., Tumbel, A.L. and Gunawan, E. (2022) ‘Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Tokopedia. The Effect Of Trust And Perceived Risk On E-Commerce Purchase Decisions On Tokopedia.Com In Noongan Village, Langowan

- Barat District', *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Hukum*, 6(1), pp. 365–370.
- Ruhamak, M.D. and Rahmadi, A.N. (2022) 'Pengaruh E-Wom, Reputasi dan Webqual Terhadap Keputusan Konsumen pada Pengguna Lembaga Kursus Bahasa Inggris', *Warmadewa Economic Development Journal (WEDJ)*, 5(2), pp. 54–66. Available at: <https://doi.org/10.22225/wedj.5.2.2022.54-66>.
- Salma, F.A., Saryadi, S. and Wijayanto, A. (2022) 'Pengaruh Promosi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Tokopedia', *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), pp. 758–763. Available at: <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.36079>.
- Santy, R.D. and Iffan, M. (2023) 'The Effect of Artificial Intelligence and Gamification on Online Purchase Intention Mediated by Customer Experience: Study on Indonesian Marketplace Users', *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(1), p. 227. Available at: https://doi.org/10.22441/jurnal_mix.2023.v13i1.015.
- Sari, B.A., Nurendah, Y. and Yusdira, A. (2022) 'Tinjauan Atas Direct Marketing Pada Kafe Taman Fathan Alesano Bogor', *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 1(2), pp. 197–202. Available at: <https://doi.org/10.37641/jabkes.v1i2.1335>.
- Sari, S.P. (2020) 'Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen', *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), p. 147. Available at: <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>.
- Silaban, B.E. and Rosdiana, D. (2020) 'Proses Keputusan Pembelian Pada Online Shop Sociolla', *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, 23(3).
- Soekotjo, E. (2022) 'Pengaruh Online customer Review terhadap Kepercayaan Pelanggan yang mempengaruhi Minat Beli Konsumen DND Pet di Marketplace Shopee', *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 7(2021), pp. 585–594.
- Steven and Rakhman A (2023) 'Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan pembelian Pengguna Online Marketplace Tokopedia', *Global Research on Economy, Business, Communication and Information*, 1(1), pp. 14–23.
- Sugiyono (2017) *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono (2021) 'Jurnal bisnis mahasiswa. Bisnis Mahasiswa, 215–224.', *Jurnalbisnismahasiswa.Com*, pp. 77–92.
- Sukirman, R., Kumalasari, F. and Hendrik (2023) 'Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Marketplace Shopee', *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(1), pp. 152–159. Available at: <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i1.845>.
- Sumarsan (2021) 'Pengaruh Pajak Restoran Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padangsidempuran Periode 2018-2020', *Jurnal Akuntansi*, 51(1), pp. 1–15.
- Surya Sinar Christian, A. (2023) 'Analisis Pengaruh Persepsi Merek Perusahaan, Kesadaran Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Niat

- Pembelian Ulang', *Journal Locus Penelitian dan Pengabdian*, 2(8), pp. 766–779. Available at: <https://doi.org/10.58344/locus.v2i8.1590>.
- Susilawati, E. and Dhaniawaty, R.P. (2019) 'Pengaruh Ict Dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Sistem Informasi Unikom Pengguna Online Shop)', *Majalah Ilmiah UNIKOM*, 17(1), pp. 43–52. Available at: <https://doi.org/10.34010/miu.v17i1.2233>.
- Tanady, E.S. and Fuad, M. (2020) 'Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta', *Jurnal Manajemen*, 9(2), pp. 113–123. Available at: <https://doi.org/10.46806/jm.v9i2.663>.
- Tenda, T., Lopian, J. and Loindong, S. (2019) 'Analysis of Factors Influencing Buying Decisions At Msmes in Sonder Sub-District', 7(4), pp. 4988–4997. Available at: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/25738>.
- Welsa, H., Dwi Cahyani, P. and Alfian, M. (2022) 'Pengaruh online customer review, social media marketing dan kemudahan terhadap keputusan pembelian secara online melalui marketplace', *Jurnal Manajemen*, 14(2), pp. 416–424. Available at: <https://doi.org/10.30872/jmmn.v14i2.11038>.
- Wicaksana, P.S.I. and Baldah, N. (2021) 'Pengaruh Kepercayaan, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Bersubsidi di PT. Mitra Indah Properti The Influence Of Trust, Location And Promotion On Subsidized Home Purchase Decisions At PT. Mitra Indah Properti', *Pelita Ilmu*, 15(1), pp. 1–8. Available at: <file:///C:/Users/Winda/Cornelia/Downloads/794-Article Text-1701-2-10-20211030.pdf>.
- Zahara, A.N., Rini, E.S. and Sembiring, B.K.F. (2021) 'The Influence of Seller Reputation and Online Customer Reviews towards Purchase Decisions through Consumer Trust from C2C E-Commerce Platform Users in Medan, North Sumatera, Indonesia', *International Journal of Research and Review (ijrrjournal.com)*, 8(2), p. 422.
- Zulkarnain, M.R. *et al.* (2021) 'Pengaruh Self-Efficacy Pada Penerimaan E-Rapor SMP', 8(2), pp. 960–969.