

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini mengangkat judul “pengaruh Online Customer Review dan *Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Halal di Online Shope dengan Trust sebagai mediasi”. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan sebanyak 140 masyarakat Kota Padang. Sehingga dapat disimpulkan dari pengujian hipotesis yang telah di uji menggunakan SmartPLS 3 bahwa:

1. *Online Customer Review* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
2. *Customer Rating* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian
3. *Online Customer Review* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *trust*
4. *Customer Rating* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Trust*
5. *Trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
6. *Trust* mampu memediasi pengaruh *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian
7. *Trust* mampu memediasi pengaruh *Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian.

B. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini mempunyai beberapa keterbatasan yang mempengaruhi hasil dari penelitian ini. Adapun keterbatasan penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini hanya dilakukan di beberapa masyarakat Kota Padang, sehingga hanya menghasilkan preferensi di tempat terkait. Apabila cakupan penelitian diperbesar, bisa mendapatkan hasil yang berbeda.
2. Penelitian ini hanya menggunakan dua variabel independent yaitu *Online Customer Review* dan *Customer Rating*, diharapkan dapat mengetahui lebih dalam apa saja faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.
3. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang beberapa jawaban yang diberikan tidak menunjukkan keadaan sebenarnya.

C. Saran

Dari kesimpulan yang telah disampaikan, rekomendasi yang dapat diberikan penulis yang berkaitan dengan penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Hasil ini bias dianggap sebagai panduan atau rujukan bagi penelitian berikutnya mengenai hal yang berkaitan dengan penelitian yang serupa dengan penelitian ini.
2. Penelitian ini hanya mengambil responden dari beberapa masyarakat Kota Padang. Penelitian selanjutnya bisa menggunakan responden dari luar Kota Padang, dengan populasi dan sampel yang beragam.

3. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan alat analisis *SmartPLS*, sehingga pada penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan alat analisis yang lain seperti SEM-AMOS, E-Views, dan lain-lain.



DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Ghiffari. "Pengaruh Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Fashion Melalui Shopee Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening," 2024, 15.
- Adam, Muhammad. "Pengaruh Promosi, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Di PT. Bank Muamalat." *Journal of Comprehensive Islamic Studies* 1, no. 1 (2022): 107–32. <https://doi.org/10.56436/jocis.v1i1.97>.
- Adji, Jennifer, and Drs Hatane Semuel. "Pengaruh Satisfaction Dan Trust Terhadap Minat Beli Konsumen (Purchase Intention) Di Starbucks the Square Surabaya." *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* 2, no. 1 (2014): 1–10.
- Agustina, Sekar Ayu, and Ralina Transistari. "The Effect of Online Customer Reviews, Online Customer Ratings, and Influencers on Purchase Decisions." *Telaah Bisnis* 24, no. 1 (2023): 83–92. <https://doi.org/10.35917/tb.v24i1.398>.
- Ali, M.Makhrus, Tri Hariyati, Meli Yudestia Pratiwi, and Siti Afifah. "Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapannya Dalam Penelitian." *Education Journal*.2022 2, no. 2 (2022): 1–6.
- Alifah, Rifa Nur, Fatwa Tentama, and Nina Zulida Situmorang. "Pengujian Outer Model Pada Konstrak Resiliensi." *Jurnal Psikologi Terapan Dan Pendidikan* 1, no. 1 (2019): 1–8. <https://doi.org/10.26555/jptp.v1i1.15124>.
- Amin, Amirudin M, and Hendra. "The Effect of Trust, Easiness, and Promotion on Online Purchase Decision Of Lazada.Co.Id." *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 1, no. 1 (2020): 78–96. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>.
- Amin, Nur Fadilah, Sabaruddin Garancang, and Kamaluddin Abunawas. "Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian." *Jurnal Pilar* 14, no. 1 (2023): 15–31. <https://doi.org/10.21070/2017/978-979-3401-73-7>.
- Ananda, Dea, and Nurita Andriani. "Pengaruh Online Customer Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Pada Bakoel Camilan Melalui Gofood." *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)* 3, no. 4 (2024): 591–603. <https://doi.org/10.21107/jkim.v3i4.21414>.
- Aningtyas, Eria Suci, and Supriyono Supriyono. "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, Dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk Zoya Di Outlet Kediri." *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 22, no. 3 (2022): 1592–97. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i3.2588>.
- Apriya, Santi, and Siti Mardiyah. "Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Goride (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi) Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari

- Banjarmasin.” *Jieb : Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis* 7, no. 2 (2021): 224–31. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>.
- Ardani, Wayan. “Pengaruh Digital Marketing Terhadap Perilaku Konsumen.” *Jurnal Tadbir Peradaban* 2, no. 1 (2022): 40–47. <https://doi.org/10.55182/jtp.v2i1.102>.
- Ardianti, Asri Nugrahani, and AB Dr. Widiartanto, M. “Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee .” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2019, 1–11.
- Ardianto, Khowin, Fania Putri Nuriska, and Lia Nirawati. “PENGARUH KEPERCAYAAN DAN ULASAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG EMINA PADA OFFICIAL STORE SHOPEE DI KOTA SURABAYA.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara* 2, no. 2 (2022).
- Ayu, Paramita, Hapzi Ali, and Fransiskus Dwikoco. “Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Manajemen Pemasaran).” *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3, no. 2 (2022): 660–69. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1128>.
- Cahyono, Nur Eko, and Syaifuddin Fahmi. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membentuk Loyalitas Konsumen.” *JEMBA Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 1, no. 4 (2022): 503–16. <https://www.bajangjournal.com/index.php/JEMBA/article/view/2605%0Ahttps://www.bajangjournal.com/index.php/JEMBA/article/download/2605/1890>.
- Candra, Putri Berliana, Moh Atikurrahman, and Jiphie Gilia Indriyani. “Casual But Sunnah: Indonesian Zaafer and The Metamorphosis Of Robes As Fashion In Urban Muslim Communities In Indonesia.” *TASAMUH JURNAL KOMUNIKASI DAN PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM* 21, no. 2 (2023): 155–68.
- Daulay, Aisy Salwa, Imsar Imsar, and Rahmat Daim Harahap. “Strategi Pengembangan Pasar Digital Dalam Mendukung Industri Fashion Halal Di Indonesia.” *AL-MANHAIJ: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam* 5, no. 1 (2023): 1035–42. <https://doi.org/10.37680/almanhaj.v5i1.2918>.
- Fatma, Nur, Nur Fajri Irfan, and Ifah Finatry Latiep. “Analisis Keputusan Pembelian Produk Menggunakan Persepsi Harga Dan Kualitas Produk.” *SEIKO: Journal of Management & Business* 4, no. 2 (2021): 533–40.
- Fauziah, Yahya, Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, and Hapzi Ali. “Pengaruh Online Consumer Review, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial* 1, no. 1 (2023). <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i1.118>.

- Febrilyantri, Candra. "The Influence of Halal Knowledge and Labeling on Food Product Purchase Decisions." *Invest Journal of Sharia & Economic Law* 2, no. 2 (2022): 106–25. <https://doi.org/10.21154/invest.v2i2.3946>.
- Gemilang, Wahyu Candra. "Pengaruh Rating Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Pada Lazada Melalui Trust Sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 12, no. 2 (2023): 1–17.
- Hair, Joseph F., Jeffrey J. Risher, Marko Sarstedt, and Christian M. Ringle. "When to Use and How to Report the Results of PLS-SEM." *European Business Review* 31, no. 1 (2019): 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>.
- Hayati, Safaah Restuning, and Dwi Meilina Siwi Pramesti. "Halal Certification, Brand Image, Dan Celebrity Endorse: A Study on Zoya Hijab's Consumers." *DINIKA: Academic Journal of Islamic Studies* 6, no. 1 (2021): 29–54. <https://doi.org/10.22515/dinika.v6i1.3574>.
- Hidayat, Sarif, Hari Suryantoro, and Jansen Wiratama. "Pengaruh Media Sosial Facebook Perkembangan E-Commerce Di Indonesia." *Jurnal SIMETRIS* 8, no. 2 (2017): 415–20.
- Ikrima, Aliza, and Lili Adi Wibowo. "Analisis Kinerja Citra Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Merek (Survei Pada Member Busana Muslim Shafira Di Kota Bandung)." *Jurnal Ilmu Manajemen & Bisnis* 6, no. 2 (2015): 5–8.
- Indiani, Ni Luh, Ni Wayan Ari Sudiartini, and Ni Komang Ayu Tri Utami. "Pengaruh Brand Image, Awareness Dan Trust Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Pada Produk Dupa Harum Grosir." *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan* 2, no. 1 (2022): 152–63. <https://doi.org/10.46306/vls.v2i1.83>.
- Indra, Donny, Hamida Mushafa Zahra, Sulus Setiono, and Dio Rinaldo Putrawan Pratama. "Pengaruh E-Rating Dan E-Review Dengan E-Trust Sebagai Mediasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Lazada Di Dago, Bandung)." *Ekonomis: Journal of Economics and Business* 6, no. 2 (2022): 452. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i2.568>.
- Irwan, and Khaeryna Adam. "Metode Partial Least Square (Pls) Dan Terapannya." *Teknosains* 9, no. 1 (2015): 53–68.
- Joy, Stella Kenisya, and Kartika Imasari Tjiptodjojo. "Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Dengan Kepercayaan" 6, no. 2 (2024): 76–83. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v6i2.6241>.
- Kadir, Syahrudin. "PELUANG INDUSTRI FASHION HALAL DI INDONESIA: (Model Pengembangan Dan Strategi)." *AL-IQTISHAD: Jurnal Ekonomi* 15, no. 1 (2023): 142–60.

<https://doi.org/10.30863/aliqtishad.v15i1.4208>.

- Kamisa, Nur, Almira Devita Putri, and Dian Novita. "PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER RATING TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN (Studi Kasus: Pengguna Shopee Di Bandar Lampung)." *Journals of Economics and Business* 2, no. 1 (2022): 21–29. <https://doi.org/10.33365/jeb.v2i1.83>.
- Kartika, Ika, Ade Elza Surachman, Oktisa Rahayu Tiara Nejal, and Elisabeth Mariono. "E-Commerce Dan Promosi Media Sosial Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian." *Jurnal GeoEkonomi* 14, no. 2 (2023): 156–65. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v14i2.310>.
- Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya, and Iwan Setiawan. "Technology for Humanity," 2021.
- Latief, Fitriani, and Nirwana Ayustira. "Pengaruh Online Costumer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla." *Jurnal Mirai Managemnt* 6, no. 1 (2020): 139–54. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/696>.
- Luh Kadek Budi Martini, Ejasa Sembiring, and Frandy Paulus. "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, no. 1 (2022): 15–24. <https://doi.org/10.51713/jamas.v4i1.67>.
- Maharani. "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," 2023, 1–85.
- Mahendra, Sonie, and Primasatria Edastama. "Pengaruh Online Customer Review, Rating Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Casual Pada Marketplace." *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi* 1, no. 2 (2022): 21–28. <https://doi.org/10.30640/jumma45.v1i2.317>.
- Marsalin, Dewi Ana, and Christiawan Hendratmoko. "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Brand Image Dan Kualitas Informasi Keputusan Pembelian Pada Pengguna E-Commerce Shopee(Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Sukoharjo)." *Jurnal Bintang Manajemen (JUBIMA)* 1, no. 3 (2023): 192–214.
- Mokodompit, Hana Yoflike, S. L. H. V Joyce Lopian, and Ferdy Roring. "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, no. 3 (2022): 975–84. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43393>.
- 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* 9, no. 2 (2020): 173–94. <https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.538>.
- Murjani. “Prosedur Penelitian Kuantitatif” 5, no. 1 (2022): 687–713. <https://doi.org/10.62552/ejam.v2i3.50>.
- Muslim, Kori Lilie. “Nilai-Nilai Islam Dalam Budaya Dan Kearifan Lokal (Konteks Budaya Minangkabau).” *Jurnal Kajian Keagamaan Dan Kemasyarakatan* 1, no. 1 (2017): 48–57.
- Mustika Sari, Rissa, and Prihartono. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise).” *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)* 5, no. 3 (2021): 1171–84.
- Nofri, Okta, and Andi Hafifah. “Analisis Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Online Shopping Di Kota Makassar.” *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi* 5, no. 1 (2018): 113–32. <https://doi.org/10.24252/minds.v5i1.5054>.
- Nuraeni, Yuni Siti, and Dwi Irawati. “Pengaruh Online Customer Review, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ubsi).” *Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen* 9, no. 4 (2021): 439–50. <https://doi.org/10.35145/procuratio.v9i4.1704>.
- Nurhabibah, Siti, Citra Savitri, and Syifa Pramudita Fadilla. “The Effect of Online Customer Review and Online Customer Rating on Purchase Decisions At Copyright Grafika Store.” *Jurnal Ekonomi* 11, no. 01 (2022): 221–28. <http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi>.
- Nurhayati, Siti, Sarjita, and Rdi Cahyono. “Pengaruh Rating Penilaian Dan Ulasan Online Terhadap Kepercayaan Konsumen Pada Penggunaan Toko Online Shopee.” *Prima Ekonomika* 14, no. 1 (2023): 18. <https://doi.org/10.37330/prima.v14i1.157>.
- Nurillah, Shinta Lintang, Zahriya Nurul Aini, Yan Putra Timur, and Tika Widiastuti. “Online Review and Rating on Consumer Purchase Intention: The Moderating Role of Religiosity.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Airlangga* 32, no. 2 (2022): 160–75. <https://doi.org/10.20473/jeba.v32i22022.160-175>.
- Pasi, Livia Nita Karina, and Budi Sudaryanto. “Analisis Pengaruh Online Customer Reivews Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening.” *Diponegoro Journal of Management* 10, no. 3 (2021): 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.
- Peter, Paul J, and Jerry C Olson. *Consumer Behavior & Marketing Strategy*. Mc Graw, 2004.

- Pramono, Agung, Achyar Eldine, and Leny Muniroh. "Pengaruh Harga, Ulasan, Dan Tampilan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online." *Manager: Jurnal Ilmu Manajemen* 3, no. 3 (2020): 421–32. <https://doi.org/10.32832/manager.v3i3.3909>.
- Pranatawijaya, Viktor Handrianus, Widiatry Widiatry, Ressa Priskila, and Putu Bagus Adidyana Anugrah Putra. "Penerapan Skala Likert Dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online." *Jurnal Sains Dan Informatika* 5, no. 2 (2019): 128–37. <https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185>.
- Pratama Putra, Denny, Lia Suprihartini, and Roni Kurniawan. "Celebrity Endorser, Online Customer Review, Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Marketplace Tokopedia." *Bahtera Inovasi* 5, no. 1 (2021): 57–65. <https://doi.org/10.31629/bi.v5i1.3800>.
- Priyatin, Anteng, and Herdian Farisi. "Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Trust Dan Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee." *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Sosial (Embiss)* 4, no. 1 (2023): 60–73. <https://doi.org/10.59889/embiss.v4i1.281>.
- Putra, Dimas Kurniawan, and Atik Lusua. "Pengaruh Promosi, Lokasi, Ulasan Produk, Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Minat Beli Ulang Di ShopeeFood." *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)* 2 (2023): 375–85. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.143>.
- Putri, Afifah Rizky, and Wuryaningsih Dwi Lestari. "Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, E-Service Quality Dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)." *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 11, no. 1 (2022): 1474 – 1481. <https://stiemuttaqien.ac.id/ojs/index.php/OJS/article/view/884>.
- Putri, Prisma Miardi, and R.A Marlien. "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Online." *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 5, no. 1 (2022): 25–36. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.510>.
- Putri, Tiara Cantika, and Ce Gunawan. "Pengaruh Keragaman Produk Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Online Saat Pandemi Covid-19." *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial* 1, no. 2 (2020): 3–10. <https://embiss.com/index.php/embiss>.
- Rachmadi, Kartika Rose, and Rois Arifin. "Event Flash Sale Terhadap Keputusan Belanja Online Selama Pandemi Covid-19 Pada Marketplace Serta Implikasi Pada Kepuasan Konsumen Di Kota Malang." *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)* 20, no. 1 (2021): 18–32. <https://doi.org/10.14710/jspi.v20i1.18-32>.
- Rahmadika, muhammad Daffa, and Factur Rohman. "Pengalaman Pelanggan , Ulasan Pelanggan Keputusan Pembelian Ulang." *Jurnal Manajemen*

Pemasaran Dan Perilaku Konsumen 1, no. 1 (2022): 1–12.

Ratih Wijayaningsih. “Perbedaan Kualitas Kerja Siswa Program Keahlian Tata Busana Di Bisnis Center Dan Unit Produksi.” *Fashion And Fashion Education* 2, no. 1 (2013): 56.

Restuti, Nunik, and Marlina Kurnia. “Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan Transaksi, Kualitas Informasi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Secara Online Pada Marketplace Shopee.” *Borobudur Management Review* 2, no. 1 (2022): 24–40. <https://doi.org/10.31603/bmar.v2i1.6817>.

Ricky, Raka Dimas Majesta, Evelin Kawung, and Shirley Y.V.I Goni. “Dampak Aplikasi Belanja Online (Online Shop) Di Masa Pandemi Covid-19 Terhadap Minat Belanja Masyarakat Di Kelurahan Girian Weru Ii Kecamatan Girian Kota Bitung Provinsi Sulawesi Utara.” *Jurnal Ilmiah* 1, no. ilmiah (2021): 1. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jurnalilmiahsociety/article/view/36087/33605>.

Rizki, Mulyani, and Defatrian Defatrian. “Analisis Pengaruh E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim (Studi Kasus Mahasiswa Kota Palembang)” 1, no. 3 (2023): 326–30. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v1i3.276>.

Sarah, Sarah Fitria, and Yessy Artanti. “Pengaruh Religiusitas Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian.” *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 8, no. 1 (2020): 37. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i1.6732>.

Sari, Anisa Kurnia. “Pengaruh Citra Merek Dan Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat.” *Jurnal Ilmu Manajemen* 1, no. 1 (2013): 285–96.

Sholiha, Eva Umami Nikmatu, and Mutiah Salamah. “Structural Equation Modeling-Partial Least Square for Modeling District/City Health Degrees in East Java.” *Jurnal Sains Dan Seni Its* 4, no. 2 (2015): 169–74.

Sirait, Nathania Evanthe. “Pengaruh E-Trust, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia.” *E – Jurnal Riset Manajemen* 12 (2023). <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/21079%0Ahttps://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/viewFile/21079/15696>.

Sugiyono, Prof. Dr. “Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta R&D, Alfabeta, CV,” 2013. <https://doi.org/10.14710/jdep.1.3.35-45>.

Suryadi, Lienry Salsia Putri, Asep Muhamad Ramadan, and Dicky Jhoansyah. “Analysis of Online Customer Reviews and Online Customer Rating on Purchasing Decisions With E-Trust As a Mediating Variable (on E-Commerce Users) Analisis Online Customer Rewiew Dan Online Customer

- Rating Terhadap Keputusan Pembelian Dengan E-Trust Sebagai.” *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting* 7, no. 5 (2024): 10479–90.
- Tasruddin, Ramsiah. “Tren Media Online Sebagai Media Promosi.” *Jurnal Mercusuar* 2, no. 1 (2021): 16–21. <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/mercusuar/article/view/19567>.
- UIN, Fitriani Wijaya Putri. “PENGARUH HALAL AWARENESS DAN ADVERTISING TERHADAP MINAT PEMBELIAN FASHION MUSLIM PADA E-COMMERCE TOKOPEDIA MELALUI PERSEPSI KONSUMEN MAHASISWA DI KOTA SURABAYA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING” 7 (2024): 33–47.
- Usmiati, E., Ferdinal, A., & Purwanto, K. “The Influence Of Online Customer Review And Online Customer Rating On Purchasing Decisions At The Shopee Marketplace.” *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)* 8(3), no. 1 (2023): 344–55.
- Wafiah, Wafa, Addin Laila Maharani, Dea Mustafiani, and Robi Tiarahman. “Analisis Preferensi Dan Persepsi Konsumen Terhadap Fashion Halal (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah 2021-2023).” *Ekonom : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 3, no. 3 (2023): 149–54. <https://doi.org/10.58432/ekonom.v3i3.1010>.
- Wahyono, Agus, and Aldy Ardiansyah. “Pengaruh Kualitas Layanan Digital, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopeefood.” *Jurnal Manajemen* 6, no. 1 (2021): 21–33. <https://doi.org/10.54964/manajemen.v6i1.159>.
- Widiyanti, Wiwik. “Analisis Brand Equity Produk Fashion Hijab Merek Elzatta.” *Jurnal Perspektif* 19, no. 1 (2021): 73–82. <https://doi.org/10.31294/jp.v19i1.9824>.
- Widyana, Noor Aisffa, Achyar Eldine, and Leny Muniroh. “Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian.” *Manager : Jurnal Ilmu Manajemen* 2, no. 1 (2019): 91. <https://doi.org/10.32832/manager.v2i1.1868>.
- Yam, Jim Hoy, and Ruhiyat Taufik. “Hipotesis Penelitian Kuantitatif. Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi” 3, no. 2 (2021): 96–102.
- Zed, Etty Zuliawati, Yunita Ramadhani Ratnaningsih, and Tri Mulyani Kartini. “Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Cikarang.” *Mirai Management* 8, no. 2 (2023): 436–52.