

DAFTAR PUSTAKA

- Agesti, N., Mohammad, ;, Ridwan, S., & Budiarti, E. (2021). *Comparative Study of Post-Marriage Nationality Of Women in Legal Systems of Different Countries International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding The Effect of Viral Marketing, Online Customer Review, Price Perception, Trust on Purchase Decisions with Lifestyle as Intervening Variables in the Marketplace Shopee in Surabaya City*. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v8i3.2526>
- Almira, R., & Putri, A. (2022). *PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN E-WOM TERHADAP PURCHASE DECISION SHOPEE PADA GENERASI Z*.
- Amanda. (2021). *UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS TINGKAT PARTISIPASI POLITIK MASYARAKAT KOTA PADANG*.
- Azizul, S. (2023). *Pengaruh Online Customer Review Danonline Customer Rating Terhadap Minat Beli Produk Fashion Pada Pengguna Marketplace Shopee Di Kota Bima*.
- Az'zahra, A., & Aulia, S. (2025). *Azlina Az'zahra, Sisca Aulia : Dampak Electronic Word of Mouth (E-WoM) terhadap Keputusan Pembelian Produk NPURE pada Generasi Z Dampak Electronic Word of Mouth (E-WoM) terhadap Keputusan Pembelian Produk NPURE pada Generasi Z*.
- Desi Tiya Rahmawati. (2022). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, RATING DAN*.
- Dewi Nur Rahmah. (2022). *PEMANFAATAN MARKETPLACE SHOPEE DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN TOKO BUKU FIQZI MEDIA*.
- Dewi Septiyani, Heri Prabowo, & Raully Sijabat. (2025). *Pengaruh Pemasaran Media Sosial, Ulasan Online Konsumen, dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Produk Somethinc. MASMAN Master Manajemen, 3(3), 299–310. https://doi.org/10.59603/masman.v3i3.981*
- Difa Ammar Shiddiq. (2025). *Pengaruh Percieved Usefulness, Review Quantity, Trust, dan Rating Product terhadap Customer Satisfaction pada E-Commerce Shopee*.
- Fauzi, S., & Lina, L. F. (2021). *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jakarta PERAN FOTO PRODUK, ONLINE CUSTOMER REVIEW, ONLINE CUSTOMER RATING PADA MINAT BELI KONSUMEN DI E-COMMERCE*.
- Ghozali. (2021). *25 Teori Besar. Ilmu Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis., ISBN : 978-602-0896-51-9*.

- Ghozali. (2021). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 26 IBM" SPSS" Statistics »*.
- Hermawan, I. H. (2024). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Service Quality terhadap Purchase Intention dengan Mediasi Trust pada Konsumen di E-commerce Shopee. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 8(3). <https://doi.org/10.29408/jpek.v8i3.28064>
- Holly, daniel. (2023). *Halaman+29-38+Artikel+Holly+Trinita,+Daniel+Widjaja*.
- Ihsan, R. A., Afifah, H. J., Jasmien, L., Qisthi, M. N., & Maesaroh, S. S. (2023). Pengaruh Pemasaran Digital dan Kemudahan Penggunaan Platform Marketplace Shopee terhadap Minat Beli Mahasiswa Bisnis Digital. 16(1), 157–167. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v16i1>
- Intan Ratu Servanda et al. (2021). *PERAN ULASAN PRODUK DAN FOT PRODUK YANG DITAMPILKAN PENJUAL PADA MARKETPLACE SHOPEE TERHADAP MINAT BELI PRIA DAN WANITA* (Vol. 2, Issue 2). <http://jurnal.uts.ac.id>
- Junaedi, D., Sholihah, F., Fitriani Ali, D., Wulandari Agustin, D., & Auliatur Rohmah, D. (2024). Pengaruh Platfrom E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumen Gen-Z: Studi Kasus Prodi Ekonomi Universitas Nurul Jadid. <https://jurnal.stkip-majenang.ac.id/index.php/hatta>
- Ma'rifatul Husna, T., Hani'ah, U., Pantrista, E. T., & Hidayati, A. N. (2025). PT. Media Akademik Publisher PERILAKU GENERASI Z DALAM BERBELANJA MELALUI E-COMMERCE BERDASARKAN PRINSIP EKONOMI ISLAM. *JMA*, 3(6), 3031–5220. <https://doi.org/10.62281>
- Marsha et al. (2024). Minat Pembelian Produk Kosmetik Lokal Dengan Ulasan Online *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 10(3). <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.
- Maulida et al. (2021). *ANALISIS KEPERCAYAAN DAN MINAT BELI TERH (2) Journal of Consumer Studies and Applied Marketing*, 1(2), 137–147. <https://doi.org/10.58229/jcsam.v1i2.100>.
- Miftahul Janna dan Herianto. (2021). *KONSEP UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS DENGAN MENERAPKAN SPSS*.
- Mokobombang, M. G., & Kusumawati, N. (2023). Impact of Product Description, Product Photo, Rating, and Review on Purchase Intention in E-commerce. *Journal of Consumer Studies and Applied Marketing*, 1(2), 137–147. <https://doi.org/10.58229/jcsam.v1i2.100>
- Nita, L., Pasi, K., & Sudaryanto, B. (2021). ANALISIS PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEWS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI

VARIABEL INTERVENING (Studi pada Konsumen Shopee di Kota Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 10(3). <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

Badan Pusat Statistik Kota Tasikmalaya. (2024). <https://tasikmalayakota.bps.go.id/id/news/2024/05/28/321/not-in-employment--education--and-training-neet-pada-gen-z-.html>

Nur Pratama Julianto, & Natal Indra. (2025). Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumen dalam Pembelian Online di Kalangan Generasi Z pada Platform E-Commerce Shopee. *MENAWAN : Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 3(4), 186–195. <https://doi.org/10.61132/menawan.v3i4.1668>

Nur, S., Suciyanti, V. N., Winarti, A., & Azmi, Z. (2024). Pemanfaatan Teori Signal dalam Bidang Akuntansi: Literatur Review. *Economics, Business and Management Science Journal*, 4(2), 55–65. <https://doi.org/10.34007/ebmsj.v4i2.564>

Rohmah Nur. (2021). Pengaruh Brand Image, Content Marketing, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Sabun Pemutih Gluta Collagen Soap.

Romadhona, A. I. P. S., Kurnia, D., & Rachmani, N. N. (2025). Pengaruh Social Media Marketig Tiktok Terhadap Perilaku Konsumtif Gen Z di Tasikmalaya. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(2), 2254–2264. <https://doi.org/10.33395/jmp.v14i2.15255>

Sa'diyah, C. (2024). Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Marketplace Shopee. *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 6(2), 165–178. <https://doi.org/10.33752/bima.v6i2.5903>

Servanda et al. (2021). *PERAN ULASAN PRODUK DAN FOT PRODUK YANG DITAMPILKAN PENJUAL PADA MARKETPLACE SHOPEE TERHADAP MINAT BELI PRIA DAN WANITA* (Vol. 2, Issue 2). <http://jurnal.uts.ac.id>

Siti Aisah, L. S. T. (2025). YUME : Journal of Management. In *YUME : Journal of Management* (Vol. 8, Issue 2).

Sugiyono. (2021). *729101674-Metode-Penelitian-Kuantitatif-Kualitatif-Dan-r-d-Sugiyono-2021*.

Susiati et al. (2024). Digitalisasi Ekonomi dan Perubahan Pola Konsumsi Gen Z di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Al Mujaddid Humaniora*, 10.

Syifa M, R. (2021). Analisis Kepercayaan Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online Pada Aplikasi Shopee , 2(2), 1858-1358..

Venika Salsabila Ayu Pramardini, Sumaryanto Sumaryanto, & Lamidi Lamidi. (2024). Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di

Marketplace Shopee. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 3(3), 471–483. <https://doi.org/10.30640/digital.v3i3.3244>

www.goodstats.id. (2025). *Shopee Jadi E-Commerce yang Paling Banyak Diakses di Indonesia 2025 - GoodStats*. Retrieved December 16, 2025, from <https://goodstats.id/article/shopee-jadi-e-commerce-yang-paling-banyak-diakses-di-indonesia-2025-3COz0>

www.indonesiana.id. (2025). *Peringkat Kepopuleran Brand Fashion Lokal di Sosial Media dan E-Commerce*. Retrieved December 16, 2025, from <https://www.indonesiana.id/read/163323/peringkat-kepopuleran-brand-fashion-lokal-di-sosial-media-dan-e-commerce>

www.jiniso.id. (2025). *Jiniso*. Retrieved December 16, 2025, from <https://jiniso.id/>

Zainur, I., Stie, R., & Yogyakarta, Y. (2022). *ANTESEDEN MINAT BELI KONSUMEN DI SHOPEE*. 17(3).

Ella Nilla Chandra, Y., Lady Christine Gultom, O., Nur Hasanah, Z., Permana, E., & Negeri Jakarta, P. (2025). ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK JINISO. In *Jurnal Manajemen dan Inovasi* (Vol. 6, Issue 2). <https://ejournals.com/ojs/index.php/jmiTahun2025>

Sutopo. (2024). THE ROLE OF E-MARKETING IN GENERATING CONSUMER BUYING INTEREST IN SINAR BAHARI BANDUNG FISH MEATBALLS. *Journal of Management and Innovation Entrepreneursip (JMIE)*, 1(3).