

## DAFTAR PUSTAKA

- 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*.
- Arbaini, P. (2020). *Jurnal Bisnis dan Manajemen Pengaruh Consumer Online Rating dan Review Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Brestilliani, L. (2020). Pengaruh *Brand Awareness, Brand Ambassador*, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Daulay, R., & Mujiatun, S. (2021). *The Appeal Of Advertising And Word Of Mouth To Online Shopping Interests On Shopee Application. International Journal Reglement & Society*.
- Fandy Tjiptono. (2019). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*.
- Farida Yulianti, L. dan P. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Farki, A., Baihaqi, I., & Wibawa, M. (2016). Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada *Online Marketplace* di Indonesia.
- Fitriani, A., E-trust, P., E-loyalty, E. Q. T., Pada, S., Shopee, P. E., Diponegoro, R. U., Hasan, A., Pilihan, K., Bisnis, D., Grafika, S., Orientation, R. M., Loyalty, C., Journal, I., Studies, M., Manajemen, P., Media, M. W., Pranata, J. A., Kualitas, P., Terhadap, P., Kartini, D. (2020).
- Halila Titin Hariyanto dan Lantip Trisunarno. (2020). Analisis Pengaruh *Online Customer Review , Online Customer Rating , dan Star Seller* terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga.
- Husni Muharram Ritonga, Miftah El Fikri, Nurafrina Siregar, Roro Rian Agustin, dan R. H. (2018). *Manajemen Pemasaran Konsep dan strategi*.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Istiqomah, Hidayat, Z., & Jariah, A. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan , Iklan dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian di situs Shopee di Kota Lumajang. *Jurnal Progress Conference*, 2(July), 557–563.
- Keller, P. K. dan K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.

- Keller, P. K. dan K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Keller, P. K. dan K. L. (2016). *Marketing Management*. Global Edition.
- Kurniawan, B. (2021). Pengaruh Online Customer Reviews Dan Rating Terhadap Minat Pembelian Di Lazada. *Jurnal Ilmiah Bisnis Manajemen Dan Akuntansi*.
- Lina, S. F. dan L. F. (2021). *Jurnal Muhammadiyah*. 2(1).
- Masse, M. R. (2017). Internet dan Penggunaannya (Survei di kalangan masyarakat Kabupaten Takalar Provinsi Sulawesi Selatan). *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*. 13.
- Pranitasari, D., & Sidqi, A. N. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee menggunakan Metode *E-Service Quality* dan Kartesius. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*.
- Priangga, I., & Munawar, F. (2021). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian di *Marketplace* Lazada( Studi Pada Mahasiswa di Bandung) pengusaha kecil , menengah maupun besar memanfaatkan media internet dalam konsumen mengenal masalahnya. 399–413.
- R, S., & Nurhayati, E. (n.d.). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. YramaWidya.
- Risya Ramadhana, M. F. N. G. R. (2022). Pengaruh *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace*. *Prospek I*, 157–166.
- Rohman, A. (2017). *Dasar-dasar Manajemen*. Inteligencia Media. Rohman, A. (2017). *Dasar-dasar Manajemen*. Inteligencia Media.
- Sari, W. H. P., Efendi, A., Saptiani, F., Bisnis, I. A., & Lampung, U. (2021). Pengaruh Promosi , *Online Customer Review* , dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi Pada Pengguna Marketplace Shopee di Indonesia ). 2019.
- Sarmis, N. (2020). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian Konsumen Pada Desa Sialang Jaya. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*. 81–84.
- Setiadi, N. J. (2010). *Perilaku Konsumen*. Kencana.
- Shin, L. &. (2014). When Do Consumers Buy Online Product Reviews? Effects Of Review Quality, Product Type, and Reviewers Photo. *Journal Computers in Human Behavior*, 31, 356–366.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan-Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV..

- Tiara Ramadhani, Budimansyah, V. F. S. (2021). Pengaruh *Rating* dan *Online Consumer Review* Terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan Sebagai Pemediasi Pada Marketplace Shopee dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri. *Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2,146.
- Wahyudi, T., & R, B. H. (2019). *Online customer*. *Jurnal Riset Manajemen*, 1–7. Widyastusti,S.Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu.Feb-UP Press.