

## DAFTAR PUSTAKA

- Arbaini, P. 2020. Pengaruh Consumer Online Rating Dan Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace Tokopedia Vol. 7, No. 1
- Ardianti, A. N., & Widiartanto. (2019). *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee (Studi pada Mahasiswa Aktif FISIP Undip)*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis. 8(2):55-66.
- Brestilliani, L. 2020. Pengaruh *Brand Awareness, Brand Ambassador*, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada *Marketplace* Shopee. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, Vol. 9, No. 2.
- Danang Sunyoto. 2019. Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus). Cetakan Ke-3. Jakarta : PT. Buku Seru.
- Daulay, R., & Mujiatun, S. 2021. *The Appeal Of Advertising And Word Of Mouth To Online Shopping Interests On Shopee Application*. *IJRS: Internasional Journal Reglement Society*, Vol. 2, No. 1., 45–53.
- Fandy Tjiptono, 2019, Manajemen Pemasaran, Yogyakarta : Andi Offset
- Firmansyah, M. Anang dan Budi W. Mahardhika. 2018. Pengantar Manajemen. Yogyakarta : Deepublish.
- Halim, F. et.al. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Hasibuan, M. (2019). *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- J. L. Ozanne dan L. Anderson. 2019. *The Routledge Companion to Critical Marketing*. London : Routledge, Taylor & Francis Group.
- Janji, T., Sitinjak, R., & Silvia, V. 2022. Pengaruh *Online Customer Review dan Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Ilmiah Akuntans dan Keuangan, Vol. 2, No. 8.

- Jessop, *et al.* 2022. *Procurement principles and management in the digital age*. London : Pearson Education Limited.
- Juanim. 2020. Analisis jalur dalam riset pemasaran : pengolahan data SPSS & LISREL. Bandung : Refika Aditama
- Katarzyna, Szczepańska-Woszczyna. 2021. *Management Theory, Innovation and Organisation*. New York: Routledge.
- Kenneth C. Laudon dan Carol Guercio Traver. 2022. *E-commerce business Technology society Seventeenth Edition* London : Pearson Education Limited
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2018. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi14. Jilid 1. Jakarta:Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. Marketing Management. Edisi 15, Pearson Education, Global Edition, United Kingdom.Arbaini
- Kotler, Philip. Keller dan Alexander Chernev. 2022. *Marketing Management Sixteenth Edition*. London : Pearson Education Limited
- Limakrisna, N. dan Purba, T.P. 2019. Manajemen Pemasaran, Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia, jilid 3. Bogor : Mitra Wacana Media.
- Lovelock, Christopher H dan Lauren K Wright. 2017. Manajemen pemasaran jasa. Jakarta : Indeks.
- Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Martini, L. K. B., Sembiring, E., & Paulus, F. (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).
- Mitha Febriana dan Edy Yulianto. 2018. Pengaruh *Online Consumer Reviews* oleh *Beauty Vlogger* Terhadap Proses Keputusan Pembelian. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.58, No.1.
- Nurul Hanifah, Ririn Wulandari. 2021. *The Influence of Online Customer Reviews, Ratings, And Brand Image of Millennial E-Commerce Consumers in*

*Indonesia On Purchase Decisions with Trust as a Mediator. International Journal of Economics, Business and Management Research* Vol. 5, No.7.

Priangga, I., Munawar, F., & Widyatama, U. 2021. Pengaruh *Online Customer Review* Dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Di *Marketplace* Lazada (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Bandung). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, Vol. 19, No. 2.

Ritonga, H. M., El Fikri, M., & Siregar, N. (2018). *Manajemen Pemasaran Konsep dan Strategi*. Medan: Universitas Pembangunan Panca Budi.

Robbins, Stephen P dan Mary Coulter. 2016. *Manajemen*. Edisi ke-10. Jakarta : Erlangga.

Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2019). *Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*. 11(1).

Saipulloh Fauzi dan Lia Febria Lina. 2021. Peran Foto Produk, *Online Customer Review*, *Online Customer Rating* Pada Minat Beli Konsumen di *E-Commerce*. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, Vol. 2 No. 1

Tantrabundit, P., & Jamrozy, U. (2019). *Influence of Online Review and Rating System towards Consumer Preferences in Hospitality Sector. Journal of Business Diversity*, Vol. 18, No. 4.

Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2020. *Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset

Von Helversen, Bettina., Abramczuk, Katarzyna., & Kopeć. 2018. *Influence of consumer reviews on online purchasing decisions in older and younger adults. Decision Support Systems*, Vol. 113.

Wardana, W. 2017. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : CV Budi Utama.

Wibisono, H., Wijaya, K. E., & Andreani, F. (2021). *Pengaruh Online Review dan Online Rating Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Pergikulinier di Surabaya*. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*. 9(1).

Widokarti, Joko Rizkie dan Donni Juni Priansa. 2019 *Komunikasi pemasaran terpadu dalam industri pariwisata*. Bandung : Alfabeta.

Yoeliastuti, H. Fachrurazi dan Dhiana Ekowati. 2022. Pengantar Manajemen.

Batam : Cendikia Mulia Mandiri