

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2012). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Yogyakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Constantinides, Efthymios dan Nina Isabel Holleschovsky, 2016. "Impact of Online Product Reviews on Purchasing Decisions", *WEBIST*, Vol. 1: 271-278.
- Daulay, Nuraini, 2020. "Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian melalui *Marketplace* Shopee (Studi pada Masyarakat Kecamatan Medan Labuhan)", *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 1 No. 6: 29-35.
- Engel, F. James, dkk. 2019. *Perilaku Konsumen*. Binarupa Akasara, Jakarta.
- Farki, Ahmad, Imam Baihaqi dan Berto Mulia Wibawa, 2016. "Pengaruh *Online Customer Review* dan Rating terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada *Online Marketplace* di Indonesia", *Jurnal Teknik ITS*, Vol. 5, No. 2: 614-615.
- Febriani, Nufian S dan Wayan Weda Asmara Dewi. 2019. *Perilaku Konsumen di Era Digital (Beserta Studi Kasus)*. UB Press, Malang.
- Ferdinand, Augusty. 2018. *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ferrinadewi, E. 2018. *Merek & Psikologi Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ghozali, Imam. 2017. *Model Persamaan Struktural : Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Halim, Monica Purnamasari, 2016. "Kajian Indikator Kepercayaan Konsumen Akan *Online Review* pada Proses Keputusan Booking Hotel secara *Online*", *AKADEMIKA*, Vol. 13, No. 1: 21-27.
- Helversen, Bettina von, Katarzyna Abramczuk, Wiesław Kopeć and Radosław Nielek, 2018. "Influence of consumer reviews on online purchasing decisions in older and younger adults", *ELSEVIER* Vol. 3, No. 1: 1-10.
- Hasan, Ali. 2014. *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta: MEDPRESS.
- Husein, Umar. 2013. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

- Ichsan, Masyita, Helni Mutiarsih Jumhur dan Soeparwoto Dharmoputra, 2018. "Pengaruh *Consumer Online Rating and Review* terhadap Minat Beli Konsumen pada *Marketplace* Tokopedia di wilayah DKI Jakarta", *E-Proceeding of Management*, Vol. 5, No. 2: 1828-1831.
- Jusuf, Dewi Indriani. 2018. *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2018. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Liu, Zhen, Shao-hui Lei, Yu-lang Guo and Zhi-ang Zhou, 2020. "The Interaction Effect of Online Review Language Style and Product Type on Consumers' Purchase Intentions", *Palgrave Communications*, Vol. 6, No. 11: 1-10.
- Machfoedz, M. 2015. *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Nur Megawati, N. S. 2019. "Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Pembelian melalui kepercayaan Pada Online Shop (Studi Kasus : Pelanggan Online Shop Lazada Pada Mahasiswa FEB UNILA)", *Jurnal Ekonomi*, Vol. 1 No. 1 :1-15.
- Morissan, M.A. 2015. *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Mulyati, Yofina dan Grace Gesitera, 2020. "Pengaruh *Online Customer Review* terhadap *Purchase Intention* dengan *Trust* sebagai *Intervening* pada Toko *Online* Bukalapak di Kota Padang", *Jurnal Maksipreneur*, Vol. 9, No 2: 173-194.
- Nasution, Muhammad Sukri Helmi, 2016. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen pada CV. Master Pasir Pengaraian Kabupaten Rokan Hulu", *Jurnal Ekonomi*, Vol. 2, No. 1: 1-13.
- Nasution. 2016. *Metode Research Penelitian Ilmiah*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Ningsih, Eliska Sri Putri, 2019. "Pengaruh *Rating* dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* pada *Marketplace* Shopee", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 2, No. 1: 1-62.
- Quick, B., Shen, L., & Dillard, J. P. 2012. *Reactance Theory and Persuasion*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Perwira, Riski Adi. 2017. Pengaruh Kepercayaan, Harga, dan Kemudahan terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Online (Studi Pada Toko Online O LX.co.id). *Jurnal Ekonomi*. Vol. 1 No. 1.

- Romindo, dkk. 2019. *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya*. Yayasan Kita Menulis, Medan.
- Rosdiana, Riski, Iyus Akhmad Haris dan Kadek Rai Suwena, 2019. “Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online”, *Jurnal Pendidik Ekonomi*, Vol. 11, No. 1: 318-328.
- Sarmis, Novita. 2020. “Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Dan Minat Pembelian Konsumen Pada Desa Sialang Jaya”, *Jurnal Cano Ekonomis*, Vol .9 No. 1: 81-84.
- Schiffman, Kanuk. 2017. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indexs Gramedia.
- Setiadi, Nugroho J. 2013. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. PT. Karisma Putra Utama, Jakarta.
- Setiadi, Nugroho J. 2016. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Prenada Media. Bandung.
- Short J, Williams E, Christie B. 2013. *The social Psychology of social communications*. London: Wiley.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, Bandung.
- Tatge, Mark W. dan Robert McKeever, 2016. “Assessing the Influence of Customer Reviews on Trust and Online Purchasing Behavior”, *International Journal Communication*, Vol. 1, No. 2: 1-34.
- Tilaar, Florida, Joyce Lopian dan Ferdy Roring. 2018. “Pengaruh Kepercayaan, Dan Motivasi Terhadap Minat Beli Pengguna Shoppe Secara Online Pada Anggota Pemuda Gmim Zaitun Mahakeret”, *Jurnal EMBA*, Vol. 6 No. 4: 2028-2037.
- Utami, Amalia Dwi. 2017. “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Manfaat dan Resiko terhadap Minat Pembeli Untuk Menggunakan Sistem E-Commerce”. *Abstrak*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- (Studi Empiris Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta)
- Wahyudi, Taesar, Baiq Handayani R dan Sulaeman Sarmo, 2019. “Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Kepercayaan Konsumen Remaja Kota Mataram pada Pembelian Produk Fashion Shopee Online Shop”, *JRM*, Vol. 19, No. 1: 1-7.
- Zhang, Jinghuan, Wenfeng Zheng dan Shan Wang, 2019. “The study of the effect of online review on purchase behavior Comparing the two research methods”, *International Journal of Crowd*, Vol. 4, No. 1: 73-86.