

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2018. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arbaini, Pratiwi, Zakaria Wahab, dan Marlina Widiyanti. 2020. “Pengaruh Consumer Online Rating Dan Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace Tokopedia.” *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 7(1):25–33.
- Ardianti, Asri Nugrahani, dan Widiartanto 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* 2(3):1–11.
- Durianto, Sugiarto, Widjaja dan Supratikno. 2015. *Inovasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Elwalda, Abdulaziz, dan Kevin Lu. 2018. “The Influence of Online Customer Reviews on Purchase Intention: the Role of Non-numerical Factors.” *Journal of Business* 2(1):1–13.
- Ferdinand, Augusty. 2016. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP UNDIP.
- Ferdinand, Augusty. 2018. *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro Press.
- Firmansyah, M. A. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish
- Ghozali, Imam. 2017. *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi. Dengan Program AMOS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, Joseph F., William C. Black, Barry J. Babin, dan Rolph E. Anderson. 2014. *Multivariate Data Analysis, New International Edition*. New Jersey: Pearson Education.
- Hanifah, Nurul, dan 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 Business and Management Research* 5(7):2021.
- Haniscara, Noky Ananda, dan Saino. 2021. “Pengaruh Online Customer Review dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Marketplace Shopee dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening: Studi Pada

Generasi Muda Surabaya.” *Jurnal Sains Sosio Humaniora* 5(1):533–43.

Harli, Izzatul Islami, Ali Mutasowifin, dan M. Syaefudin Andrianto. 2021. “Pengaruh Online Consumer Review dan Rating terhadap Minat Beli Produk Kesehatan pada E-Marketplace Shopee Selama Masa Pandemi Covid-19.” *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* 4(4):558–72. doi: 10.31842/jurnalinobis.v4i4.205.

Helversen, Bettina von, Abramczuk Katarzyna, Wiesław Kopeć, dan Radoslaw Nielek. 2018. “Influence of Consumer Reviews on Online Purchasing Decisions in Older and Younger Adults.” *Decision Support Systems* 113:1–10. doi: 10.1016/j.dss.2018.05.006.

Ichsan, Masyita, Helni Muriarsih Jumhur, dan Soeparwoto Dharmoputra. 2018. “Pengaruh Consumer Online Rating and Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia Di Wilayah Dki Jakarta Effect of Consumer Online Rating and Review To Buying.” *e-Proceeding of Management* 5(2):1828–35.

indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.

Istiqomah, Lailatul, dan Usman Usman. 2021. “Pengaruh Online Customer Review, Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi terhadap Mahasiswa pengguna Platform Pasar Online).” *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan ...* 1(1):76–88.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.

Kotler, Philip. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo.

Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2014. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Keller, K Lane. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Laudon, Kenneth C., dan Carol G. Traver. 2016. *E-commerce Business Technology*. New Jersey: Prentice Hall International.Inc.

Lupiyoadi, Rambat, dan A. Hamdani. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Malau, H. 2017. *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Samapi Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.

Mowen, John C dan Minor, Micheal. 2016. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.

- Mulyono, Hardi. 2021. "Online Customer Review and Online Customer Rating on Purchase Intention in Online Shop." *International Journal of Research and Review* 8(1):169–74.
- Peter, J. Paul, dan Jerry C. Olson. 2015. *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Priangga, Ilham, dan Fansuri Munawar. 2021. "Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Lazada (Studi pada Mahasiswa di Kota Bandung)." 19(2):399–413.
- Priyatno, Duwi. 2012. *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ramadhani, Tiara, Budimansyah, dan Vicky F. Sanjaya. 2021. "Pengaruh Rating dan Online Consumer Review terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan sebagai Pemediasi Pada Marketplaceshoppee dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)." *Jurnal Manajemen Bisnis Islam* 2(2):143–62.
- Rizal, Achmad. 2020. *Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*. Yogyakarta: Deepublish.
- Salim, Joko. 2016. *Online Entrepreneur*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sari, Saidah Putri. 2020. "Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen." *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 8(1):147–55. doi: 10.30872/psikoborneo.v8i1.4870.
- Sarmis, Novita. 2020. "Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian Konsumen pada Desa Sialang Jaya." *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos* 9(1):81–84.
- Schiffman, Kanuk. 2012. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks.
- Setiadi, Nugroho J. 2013. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Bandung: Prenada Media.
- Solihin, Sepriadi, dan Saefudin Zuhdi. 2020. "Pengaruh Kualitas Website dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Eigerindostore.com." *Jurnal Informatika Kesatuan* 1(1):13–22. doi: 10.37641/jikes.v1i1.403.
- Subana, Arta I. Gede, dan Yasa Ni Nyoman Kerti Kerti. 2019. "The Role of Purchase Intention on Mediating The Relationship of E-Wom and E-Wom Credibility to Purchase Decision." *RJOAS* 2(86):33–39. doi: 10.18551/rjoas.2019-02.06.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunardi, Peter Narotama, Putri Regita Sari, dan Roddiyah Cahyani. 2022. "Determinasi Keputusan Pembelian melalui Minat Beli: Kualitas Produk dan Harga (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Pemasaran)." 3(3):302–15.
- Sutanto, Monica Adhelia, dan Atik Aprianingsih. 2018. "the Effect of Online Consumer Review Toward Purchase Intention: a Study in Premium Cosmetic in Indonesia." *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science* 2(5):218–30.
- Thamrin, A. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy, dan Gregorius Chandra. 2017. *Pemasaran Strategik: Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategik, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif Hingga E-Marketing*. Yogyakarta: ANDI.
- Turban, E. 2012. *Electronic Commerce 2012: A Managerial and Social Network Perspective*. London: Pearson Education.
- Umar, Husein. 2015. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali Pres.
- Wahab, Heba Abdel, dan Sahar Ahmed Nagaty. 2021. "Online Customer Reviews and Purchase Intention: The Moderating Role of Brand Image." *Scientific Journal for Economic & Commerce* 9(1):293–324. doi: 10.21608/jsec.2022.227491.
- 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 Science* 4(1):33–39. doi: 10.1108/IJCS-10-2019-0027.
- \_\_\_\_\_ 2021. *Pedoman Penyusunan Skripsi*. FEB: Universitas Muria Kudus.