

DAFTAR PUSTAKA

- Aftika, S., W. Kartika, S. Widyasari, dan V. F. Sanjaya. 2020. *Pengaruh Rating Review Belanja di Shopee Terhadap Minat Beli*. Jurnal Manajemen Bisnis (JMB), 141-149.
- Armayanti, N. 2011. *Gambaran Kepercayaan Konsumen Terhadap Pembelian Melalui Media Internet*. Skripsi pada Fakultas Psikologi. Universitas Sumatera Utara.
- Ashari, A. 2012. *Pengaruh Promosi Penjualan Pakaian Wanita di Group Blackberry Messenger Terhadap Minat Beli Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Hasanudin*. Skripsi. Universitas Hasanudin, Makasar
- Baskara, I. P., dan G. T. Hariyadi. 2014. *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial*. Skripsi. Universitas Dian Nuswantor
- Bungin, B. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Engler, T. H., P. Winter, dan M. Schulz. 2015. *Understanding Online Product Ratings: A Customer Satisfaction Model*. Journal Retailing and Consumer Service. Vol 27. 113-120.
- Farki, A., I. Baihaqi, dan B. M. Wibawa. 2016. *Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia*. Jurnal Teknik ITS. 5(2).
- Ferrinadewi, E. 2008, *Merek & Psikologi Konsumen : Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Filieri, R. 2014, *What Makes Online Reviews Helpful? A Diagnosticity-Adoption Framework To Explain Informational And Normatif Influences In e-WOM*. Journal of Business Research. 68(6), 1260-1271.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi Kedelapan. Cetakan Kedelapan, Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gunawan, A. 2013. *Komunikasi Interpersonal dan Fasilitas Kesehatan: Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan, Loyalitas, dan Wom Rumah Sakit*. E-journal Diglib. uin-suka. ac. id 1(3), 225.
- Hasrul, A. F., S. Suharyati, R. Sembiring. 2021. *Analisis Pengaruh Online Customer Review dan Rating terhadap Minat Beli Produk Elektronik di Tokopedia*. Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi 2 (1).

- Ichsan, M., H. M. Jumhur, dan S. Dharmoputro. 2018. *Pengaruh Consumer Online Rating And Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia Diwilayah Dki Jakarta*. E-proceeding of Management. 1828-1835.
- Jayanti, R. D. 2015. *Pengaruh Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*. Jurnal EKSIS. Vol. 10. No. 1.
- Jia, S. S. 2018. *Behind The Ratings : Text Mining Of Restaurant Customer Online Reviews*. International Journal Marketong Restaurant. Vol. 60, No. 6, 561-572.
- Julianti, S. 2014. *The Art Of Packaging: Mengenal Metode, Teknik, dan Strategi*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Jogiyanto. 2011. *Konsep dan Aplikasi Structural Equation Modeling Berbasis Varian dalam Penelitian Bisnis*. STIM YKPN. Yogyakarta.
- Khammash, M. 2008. *Electronic Word-Of-Mouth, Antecedents Of Reading Cutomer Review In On-Line Opinion Platform : a Quantitative Study From The UK Market*. ADIS International Conference.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2016. *Marketing Management*. 15th edition, Pearson Education. United Kingdom.
- Kurniawan, B. 2021. *Pengaruh Online Customer Reviews Dan Rating Terhadap Minat Pembelian di Lazada*. Jurnal Ilmiah Bisnis Manajemen dan Akuntansi. Vol. 2. No. 1.
- Leckermair, G., D. Kailer. Dan K. Kanmaz. 2013. *Importance Of Online Product Reviews From a Consumer's Perspective*, Advances in Economic and Business. Vol. 1. No. 1. 1-5.
- Liu, C. H. And W. SM. Tsai. 2010. *The Effects Of Service Quality And Lifestyle On Consumer Choice Of Channel Types: The Health Food Industry As An Example*. African Journal Of Business Management, Vol. 4(6), pp. 1023-1039
- Mayer, C. dan A. Schwager. 2007. *Understanding Customer Experience*. Havard Busines. 117-126
- Moe, W. W. dan D. A. Schweidel. 2012. *Online Product Opinions : Incidence, Evaluation And Evolution*. Marketing Science. 31 (3), 372-386.
- Mo, z., Y. F. Li, dan P. Fan. 2015. *Effect Of Online Reviews And Consumer Purchase Behavior*. Journal of Service Science and Management. 419-424.
- Mudambi, S. M. dan D. Schuff. 2010, *What Makes a Helpful Review? a Study Of Customer Reviews On Amazon.com*. MIS Quartrely. 34(1). 185-200.

- Mukhopadhyay, S. dan T. S. Chung. 2016. *Preference Instability, Consumption And Online Rating Behavior*. International Journal of Research in Marketing. Vol. 33. No. 3. 624-638.
- Mulyati, Y. dan G. Gesitera. 2020. *Pengaruh Online Customer Review Terhadap Purchase Intention Dengan Trust Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Online Bukalapak Di Kota Padang*. Jurnal Maksipreneur. 173-194.
- Nugroho, J. S. 2013. *Perilaku Konsumen*. Kencana. Jakarta.
- Nusanrika, L. A. K. 2015. *Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan, Dan Orientasi Belanja Terhadap Niat Beli Secara Online*. E-Jurnal Manajemen Unud. Vol. 4, No. 8.
- Prabowo, H. D. dan e. Noegraheni. 2014. *Analisis Kepercayaan Dalam C2C e-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Repurchase Pada Kaskus*. jurnal bisnis.
- Rahadi, D. R. 2013. *Pengaruh Karakteristik Website Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Manajemen Bisnis. vol. 5, No. 7.
- Rahmi, A. 2015. *Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dikalangan Mahasiswa*. Jurnal Valuta. Vol. 1 No. 1.
- Rahmawati, S. A. 2013. *antecedent keputusan pembelian online (studi kasus online purchasing)*. Skripsi. Universitas Diponegoro.
- Ramadhani, T., Budimansyah, dan V. F. Sanjaya. 2021. *Pengaruh Rating Dan Online Consumer Review Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Pemediasi Pada Marketplace Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jurnal Manajemen Bisnis Islam. Vol. 2. No. 2.
- Rohmatulloh, C. dan D. Sari. 2020, *Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Shopee*, eProceedings of Managemen. Vol. 8. No. 3.
- Rosdiana, R., I. A. Haris, dan K. R. Suwena. 2019. *Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online*. Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha. 11 (1), 318-330.
- Saifuddin, A. 2013. *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Sarmis, N. 2020. *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Dan Minat Pembelian Konsumen Pada Desa Sialang Jaya*. Vol. 9. No. 1.
- Sudjatmika, F. V. 2017. *Pengaruh harga ulasan produk, kemudahan, dan keamanan terhadap keputusan pembelian secara online di tokopedia.com*. Jurnal UKP.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV Alfabeta. Bandung.

- . 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabeta. Bandung.
- . 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabeta. Bandung.
- Sumarwan, U. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Sutanto, M. A. dan A. Aprianingsih. 2016. *The Effect Of Online Consumer Review Toward Purchase Intention : a Study Of Premium Cosmetic In Indonesia*, Journal Of International Conference On Ethics Of Business, Economic And Social Science.
- Thakur, R. 2016. *Understanding Customer Engagement And Loyalty: a Case Of Mobile Devices Of Shopping*, Journal Of Retailing and Consumer Services. 32, 151-163.
- Wahyudi, T., B. H. Rintuastuti, dan S. Sarmo. 2019. *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen Remaja Kota Mataram Pada Pembelian Produk Fashion Shopee Online Shop*. Jurnal Riset Management. 19 (1). 1-7.
- Yasmin, A., F. Tasnaem, dan K. Fatema. 2015. *Effectiveness Of Digital Marketing In The Challenging Age : An Emprical Study*. International Journal of Management Science and Business Administration. 1 (2). 68-80.
- Zhang, K. ZK., S. J. Zhao, C. MK. Cheung, dan M. KO. Lee. 2014. *Examining The Influence Of Online Reviews On Consumers' Decision-Making: A Heuristic–Systematic Model*. Decision Support Systems. 67. 78-89.
- Zhao, X., L. Wang, X. Guo, dan R. Law. 2015. *The Influence Of Online Reviews To Online Hotel Booking Intentions*. International Journal Of Contemporary Hospitality Management. Vol. 27. No. 6.
- Zhu, Z. 2013, *Discovering the influential users oriented to viral marketing based on online social networks*, *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*. E Isevier. 392 (16). 3459-3469.
- Shalihah, N.F. 2021. Daftar Pengunjung Marketplace Bulanan Kuartal 2 Di Indonesia Tahun 2021. <https://www.kompas.com/tren/read/2021/09/27/120500665>.
- Christy, F.E. 2021. Nilai Transaksi Marketplace Di Indonesia Dari Tahun 2017-2021. <https://data.tempo.co/data/1070/proyeksi-transaksi-ecommerce>