

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2010. *Metode Penelitian*. PT. Rineka Cipta. Jakarta
- Ashari, A. 2012. Pengaruh Promosi Penjualan Pakaian Wanita di Group Blackberry Messenger Terhadap Minat Beli Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Hasanudin. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Hasanuddin, Makasar.
- Auliya, Z. F., M. R. K. Umam, dan S. K. Prastiwi. 2017. Online costumer reviews (OTRs) dan rating: Kekuatan baru pada pemasaran online di Indonesia. *Ebbank*, 8(1), 89-98.
- 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.
- Darmawan, M. D. A., dan N. Laily. 2022. Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Minat Beli Konsumen Marketplace Tokopedia Melalui Trust Sebagai Variabel Interveningnya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(6).
- Engler, T. H., P. Winter, dan Schulz, M. 2015. Understanding online product ratings: A customer satisfaction model. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 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).
- Filieri, R. 2014. What Makes Online Reviews Helpful? A Diagnosticity-Adoption Framework to Explain Informational and Normative Influences in e-WOM. *Journal of Business Research*, 68(6), 1261-1270
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi Kedelapan. Cetakan Kedelapan, Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- 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 Dharmoputra, S. 2018. Pengaruh Consumer Online Rating And Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia Di Wilayah Dki Jakarta. *eProceedings of Management*, 5(2).
- Jayanti, R. D. 2015. Pengaruh Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Harapan Maulina Hijab Jombang). *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1).
- 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 Binis*. STIM YKPN. Yogyakarta.
- Khammash, M. 2008. Electronics Word-Of-Mouth:Antecedent Of Reading Customer Reviews In On-line Opnion Platforms : A Quantitative Study From the UK Market. *ADIS International Conference*.
- Kotler, P dan K. L. Keller. 2016. *Marketing Management* (15th Editi). England: Pearson Education Limited.
- Kurniawan, B. 2021. Pengaruh Online Customer Reviews Dan Rating Terhadap Minat Pembelian di Lazada. *Jurnal Ilmiah Bisnis Manajemen dan Akuntansi*. Vol. 2. No. 1
- Lackermair, G., D. Kailer, dan Kanmaz, K. 2013. Importance of online product reviews from a consumer's perspective. *Advances in economics and business*, 1(1), 1-5.
- Liu, C. H. dan 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.
- 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.
- Mukhopadhyay, S., dan T. S. Chung. 2016. Preference instability, consumption and online rating behavior. *International Journal of Research in Marketing*, 33(3), 624-638.
- Mulyati, Y., dan G. Gesitera. 2020. Pengaruh Online Customer Review Terhadap Purchase Intention dengan Trust Sebagai Intervening Pada Toko Online Bukalapak di Kota Padang. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 9(2), 173-194.

- Munte RN, R Girsang dan Safitri A. 2020. Pengaruh Online Consumer Review Dan Rating Terhadap Kepercayaan Dan Minat Marketplace Shopee. *Jurnal Education and development Institut Pendidikan Tapanuli Selatan*. 8(3):187–192.
- Nugroho, J.S. 2013. *Perilaku Konsumen*. Kencana. Jakarta.
- Nurhaini Munte, Risma, Rosita Girsang, Andri Safitri. 2020. Pengaruh Online Customer Review dan Rating terhadap Kepercayaan dan Minat Marketplace Shopee. *Jurnal Education and development*, 8 (3), 187-192.
- Rahadi, D. R. 2013. Pengaruh Karakteristik Website Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis*. Vol. 5, No.7.
- 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.
- 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 Belajar. Yogyakarta.
- 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*, 9(1), 81-84.
- Siagian, H., dan E. Cahyono. 2014. Analisis Website Quality, Trust dan Loyalty Pelanggan Online Shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 55-61.
- Sudjatmika, F. V. 2017. Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia.com. *AGORA Vol. 5, No. 1*.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV Alfabeta. Bandung.
- Sutanto, M. A., dan A. Aprianingsih. 2016. The effect of online consumer review toward purchase intention: A study in premium cosmetic in Indonesia. *In Journal International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science* (pp. 218-230).

- Thakur, R. 2016. Understanding Customer Engagement And Loyalty: a Case Of Mobile Devices Of Shopping. *Journal Of Retailing and Consumer Services*. 32, 151-163.
- Yasmin, A., S. Tasneem, and Fatema, K. 2015. Effectiveness Of Digital Marketing In The Challenging Age: An Empirical Study. *International journal of management science and business administration*, 1(5), 69-80.
- Zhang, K. Z., S.J. Zhao, Cheung, C. M., and Lee, M. K. 2014. Examining the influence of online reviews on consumers' decision-making: A heuristic systematic model. *Decision Support Systems*. 67, 78-89.
- Zhao, X. R., L. Wang, Guo, X., and Law, R. 2015. The Influence Of Online Reviews To Online Hotel Booking Intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Zhu, Z. 2013. Discovering the influential users oriented to viral marketing based on online social networks. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*. 392(16), 3459-3469.
- Widi, S. 2022. Daftar Pengunjung *E-commerce* Pada Tahun 2022. <https://dataindonesia.id/Digital/detail/daftar-ecommerce-dengan-pengunjung-terbanyak-per-kuartal-i2022>. 23 Oktober 2022.
- Syahputra, E. 2022. Perang E-Commerce Shopee, Tokopedia dan Lazada, Siapa Juaranya. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220605111737-37-344437/perang-e-commerce-shopee-tokopedia-lazada-siapa-juaranya>. 23 Oktober 2022.