

DAFTAR PUSTAKA

- Rohm, J. A., dan V. Swaminathan. 2004. A Typology of Online Shoppers Based on Shopping Motivations. *Journal of Business Research* 57(7):748-757.
- Wahyudi, M., R. Azikin., dan S. Rahim. 2019. Manajemem Penanggulangan Banjir di Kelurahan Paccerakkang Kota Makassar. *Jurnal Administrasi Publik* 5(1):31-45.
- Ramadhani, T., dan V. F. Sanjaya. 2021. Pengaruh Rating dan Online Cunsomer Review Terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan Sebagai Pemediiasi pada Market Place Shopee dalm Perspektif ekonomi Islam (Studi pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung). *Jurnal Manajemen Bisnis Islam* 2(2):155-174.
- 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*
- 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):A614-A619.
- Hariyanto, & Trisunarno. (2020). Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian Pada Toko Online di Shopee. *Jurnal Teknik ITS*, 9(2):234-239.
- Filieri, R., 2015. 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.
- Ichsan, M., Jumhur, H. M., Hum, M., & Dharmoputra, I. S. (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. 5(2):1828-1835.
- Morgan, Robert M. dan Hunt, Shelby D. 1994. The Commitment Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58(4):20-33.
- Morgan, R.M. and Hunt, S.D. 2004. The Commit-ment-Trust Theory of Relationship Mar-keting. *Journal of Marketing*, 58 (3):20-25
- Ashari. R & Widayanto. (2019). Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Sikap Pengguna Pada Situs Belanja Online Lazada.Com. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9):1689-1699.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet
- 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):A614-A619.
- Kamisa, N., Devita, A., dan Novita, D. 2022. Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen”. *Journal of Economic and Business Research* 2(1):21-29.
- Farras, Y dan Kamener, D. 2022. Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Pelanggan Tiket.Com Di Kota Padang. *Jurnal bunghatta*. 21(2):1-2.
- Munte, R.N., Girsang, R., 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.
- Nurhadi dan Azis, A. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Dan Kesetiaan Konsumen. *Jurnal Economia*. 14(1):89-98.
- Pasi, L, N, K., dan Sudaryanto, B. 2021. Analisis Pengaruh Online Customer Reviews Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal Of Management*. 10(3):1-12.
- Sarmis, N. 2020. Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Dan Minat Pembelian Konsumen Pada Desa Silang Jaya. *Journal Universitas Pasir Pengaraian*. 9(1):81-84.
- Rahadi, D. R. 2013. Pengaruh Karakteristik Website Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 5(7):5-10.
- Tantrabundit, P. 2019. *Influence of Online Review and Rating System towards Universitas Negeri Padang Atas kartu Perdana IM3*. *Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*. (1):1-9.
- Mahkota and A. Putra. 2014. Pengaruh kepercayaan dan kenyamanan terhadap keputusan pembelian online (studi pada pelanggan website ride inc). *Jurnal Administrasi Bisnis* 8(2): 1-8.
- Turban, E. (2012). *Electronic Commerce 2012: A Managerial and Social Network Perspective*, London: Pearson Education.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta, Jakarta.

- Aditya, & Tjiptono. 2012. *pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian*. jakarta.
- S. Chen and G. Dhillon. 2003 “Interpreting dimensions of consumer trust in e-commerce,” *Inf. Technol. Manag* 4(2):303-318.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2016. *Marketing Management*.15 edition, Pearson Education. United Kingdom.
- Hidayati, N. L. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*. 06(03):77-84.
- Lackermair, G., D. Kailer. Dan K. Kanmaz. 2013. *Importance Of Online Product Reviews From a Consumer’s Perspective*, *Advances in Economic and Business*. 1(1):1-5.
- Tjiptono. 2001. *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta.
- Pasuraman. Wijaya, Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta.
- Picaully. 2018. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Gadget Di Shopee Indonesia. *Jurnal Manajemen Maranatha*. 18(1):31-40.
- Tjahyadi Rully Arlan. 2006. Brand Trust dalam Konteks Loyalitas. *Peran Karakteristik, Karakteristik Perusahaan, dan Karakteristik Hubungan Pelanggan*.75.
- Flanagin, A.J. and Metzger, M.J. 2007. The role of site features, user attributes, and information verification behaviors on the perceived credibility of webbased information. *Jurnal New Media Society* 9(2): 319-342.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat: Jakarta.
- Azizah, L.N. 2021. Pendiri Shopee dan Kisah Perjalanan Karirnya. <https://www.gramedia.com/literasi/pendiri-shopee/>. 12 Desember 2022 (1-5).
- Jayani, D.H. 2020. Shopee, E-Commerce dengan Pengunjung Situs Tertinggi Kuartal III 2020. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/18/aplikasi-belanja-online-paling-banyak-digunakan-ini-dia-juaranya>. 18 Oktober 2022 (1).