

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat Adi. 2023. Tren Pengunjung *E-Commerce* Kuartal III 2023. Databoks. Diakses pada 20 November 2023 dari link <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/tren-pengunjung-e-commerce-kuartal-iii-2023-shopee-kian-melesat>
- Azmi, F. N., & Sudaryana, A. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi, *E-Service Quality*, *Online Consumer Reviews*, dan *Online Trust* Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Melalui Shopee. *Jurnal Akmenika*, 2. <https://doi.org/10.31316/akmenika.v18i2.2140>
- Elwalda, A., Lü, K., & Ali, M. (2016). *Perceived Derived Attributes Of Online Customer Reviews*. *Computers In Human Behavior*, 56, 306-319. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.11.051>
- Farki, A., Baihaqi, I., & Mulia Wibawa, B. (2016). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Rating* terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada *Online Marketplace* di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*, 5(2), 614–619. 10.12962/j23373539.v5i2.19671
- Hannaresa, C. A., & Hasanah, Y. N. (2023). Pengaruh *Customer Review* dan *Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Shopee. *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 720–726. <https://doi.org/10.37531/ecotal.v4i1.394>
- Hidayat, M. T., & Utami, F. N. (2022). *The Influence of Online Customer Reviews and Trust on Shopee Purchase Decisions for Millennials in Indonesia* (Vol. 9, Issue 1).
- Ichsan, M., Mutiarsih Jumhur, H., & Soeparwoto Dharmoputra, I. (2018). Pengaruh *Consumer Online Rating and Review* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada *Marketplace* Tokopedia Di Wilayah DKI Jakarta. *E-Proceeding of Management*, 5(2), 1828-1835
- Kamisa, N. ', Devita P, A., & Novita, D. (2022). Pengaruh *Online Customer Review* Dan *Online Customer Rating* Terhadap Kepercayaan Konsumen. In JEB. *Journal of Economic and Business Research* (Vol. 2, Issue 1). <http://jurnal.teknokrat.ac.id/index.php/JEB>
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller (2016). *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc
- Kotler dan Keller. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Macaman Jaya Cemerlang
- Kotler, P dan Amstrong, 2018. *Prinsip-prinsip marketing*. Edisi Ketujuh. Jakarta : Salemba Empat

- Lackermair, G., Kailer, D., & Kanmaz, K. (2013). *Importance of Online Product Reviews from a Consumer's Perspective*. *Advances in Economics and Business*, 1(1), 1–5. <https://doi.org/10.13189/aeb.2013.010101>
- Maulana, R., & Kurniawati, K. (2014). Pengaruh Kualitas *E-Service* terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada *Website* Koren Denim). In *Jurnal Manajemen* (Vol. 13, Issue 2). <http://inet.detik.com/index.php/detik.read/tahun/2008/bulan/01/tgl/25/time/174121/idnews/884242/idkanal/398>
- Muhiban, A., & Putri, E. K. (2022). Pengaruh Tampilan Produk dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian pada *E-commerce* Shopee (Studi Kasus Konsumen Shopee di PT. Gucci Ratu Textile Kota Cimahi). *Jurnal EMT KITA*, 6(2), 249–266. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i2.633>
- Mulyati, Y., & Gesitera, G. (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. <https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.538>
- Noviyanti, I., Sunarsi, D., & Wijoyo, H. (2021). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Alfamart Cabang Cipondoh. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 4(1), 43-54. https://doi.org/10.32500/jema_tech.v4i1.1447
- Nurliyanti, N., Arnis Susanti, A., & Hadibrata, B. (2022). Pengaruh Harga, Promosi dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian (*Literature Review Strategi Marketing Manajement*). *Jurnal Ilmu Hukum Humaniora dan Politik*, 2(2), 224–232. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i2>
- Ovaliana, W. D. (2022). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Customer Rating* terhadap Kepercayaan Konsumen dan Keputusan Pembelian Make Over Pada *Marketplace* Shopee Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 11(1), 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Priangga, I., Munawar, F., & Widyatama, U. (2021). *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Lazada* (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Bandung) *Jurnal Bisnis, Manajemen & Ekonomi*, 19(2), 399–413. <https://doi.org/10.33197/jbme.vol19.iss2.2021.815>
- Putra, P. D., Suprihartini, L., & Kurniawa, R. (2021). *Celebrity Endorser, Online Customer Review, Online Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Sebagai Variabel *Intervening* pada *Marketplace* Tokopedia. *Jurnal Bahtera Inovasi*, 5(1), 57–65. <https://doi.org/10.31629/bi.v5i1.3800>
- Putri, A. R., & Lestari, W. D. (2022). Pengaruh *Online Customer Review, Online Customer Rating, E-Service Quality* dan *Price* terhadap Keputusan Pembelian pada

- Marketplace* Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 1474-1481.
<https://doi.org/10.34308/eqien.v11i1.884>
- Ramadan, F., Hafid, H., & Muhammadiyah, S. (2021). Pengaruh *Online Customer Review* dan *E-Service Quality* terhadap Keputusan Pembelian melalui *Marketplace*. *Forum Ekonomi*, 23(3), 405-412. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/forumekonomi>
- Rana Febriani, F., & Budy Cahya, S. (2022). Pengaruh *E-Service Quality* dan *Sales Promotion* terhadap Keputusan Menggunakan Fitur Shopee-Food (Studi Pada Mahasiswa Aktif FEB UNESA). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 10(1), 1658–1668.
<https://doi.org/10.26740/jptn.v10n2.p1658-1668>
- Rarung, J., Lumanauw, B., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, dan *Customer Trust* terhadap *Customer Purchase Decision* FCoffee & Roastery Manado. *Jurnal EMBRA*, 10(1), 891–899.
<https://doi.org/10.35794/emba.v10i1.38482>
- Rezeki, S., & Nine. (2019). Pengaruh Harga, *Online Customer Review* dan Fasilitas Terhadap Tingkat Hunian Di PT. Karya Cipta Pesona (Aryaduta Medan). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (MBEP)*, 5(1), 1-12.
<https://doi.org/10.47663/jmbep.v5i1.6>
- Riyanto & Hatmawan. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Salsa febriantari, D., Herman mulyono, L. edy, & Mujahid dakwah, M. (2023). Pengaruh *Influencer Marketing*, *Application Quality* dan *Online Customer Review* terhadap Kecepatan Keputusan Pembelian Konsumen Gen-Z Melalui Shopee. *Jurnal Riset Pemasaran*, 2(3), 1–9. <https://doi.org/10.29303/jrp.v2i3.3273>
- Simamora, V., & Maryana, D. (2023). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Tokopedia Dimoderasi Oleh Kualitas Produk. *Cakrawala*, 6(2), 666–680.
<https://doi.org/10.52851/cakrawala.v6i1.189>
- Siti Nuraeni, Y., & Irawati, D. (2021). *The Effect Of Online Customer Review, Quality Product, And Promotion On Purchasing Decision Through Shopee Marketplace (A Case Study Of Ubsi College Student)*. *Jurnal Ilmiah Manajemen* (Vol. 9, Issue 4). <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/Procuratio/index>
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian & Pengembangan Research and Development*. Bandung : Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy, Ph.D. 2017. *Service, Quality dan Satisfaction*. Edisi Keempat. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F dan Chandra. 2019. *Service, Quality & Customer Satisfaction*. Edisi kelima. Yogyakarta: Andi
- Welsa, H., Dwi Cahyani, P., & Alfian, M. (2022). Pengaruh *Online Customer Review, Social Media Marketing* dan kemudahan terhadap Keputusan Pembelian secara *Online* melalui *Marketplace*. In *Online) Jurnal Manajemen* (Vol. 14, Issue 2). <https://doi.org/10.30872/jmmn.v14i2.11038>
- Zaky, N. S. A., Nugraha, H. S., & Farida, N. (2022). Pengaruh *E-Service Quality* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada *E-Commerce* Shopee). In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 11, Issue 1). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J. & Gremler, D. D. 2017. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*, 7th edition. New York: McGraw-Hill