

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Amstrong, G., et al. 2015. *Principles of Marketing* (6 ed.). Melbourne: Person Australia.
- Anshori, M., & Iswati, S. 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Janie, D. N. 2012. *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS*, Semarang: Semarang University Press
- Kotler, P., et al. 2013. *Marketing* (9th ed.). Australia: Pearson Australia.
- Kotler, P., Keller, K. L. 2016. *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT Indeks
- Malau, H. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta,cv.
- Mothersbaugh, D. L., & Hawkins, D. I. 2016. *Consumer Behavior*. New York: Mc Graw Hill Education. Diambil kembali dari <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/157903/consumer-behavior-building-marketing-strategy-13-e-.html>
- Saripa. 2019. *Pengaruh Ulasan Dan Penilaian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Tokopedia*. Nobel Indonesia.
- Sawlani, D. K. 2021. *Keputusan Pembelian Online : Kualitas Website, Keamanan dan Kepercayaan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Shinta, A. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Silalahi, Ulber. 2018. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

## JURNAL

- Al Aradatin, dkk. 2021. *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Aktif Prodi Manajemen Angkatan 2017 UNP Kediri)*. In Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi (Vol. 6, No. 1, pp. 757-767).
- Amilia, S., & Asmara, O. 2017. *Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa*. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, Vol.6(No. 7), 660-669.
- Arbaini, P., dkk. 2020. *Pengaruh Consumer Online Rating Dan Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace Tokopedia*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 7(1), 25 - 33.
- Ardianti, A. N., & Dr. Widiartanto, M.AB. 2019. *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 8(No. 2), 55-66.
- Danty, N. S., dkk. 2020. *Pengaruh Online Consumer Review Dan Rating Terhadap Kepercayaan Kosumen Dan Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Di Kota Pekanbaru*. *Jom Feb*, Vol 7(2).
- Daulay, N. 2020. *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee*. Sumatra Utara.
- Elwalda, A., & Lii, K. 2016. *The Impact of Online Customer Review (OCRs) on Customer's Purchase Decision An exploration of the main dimensions of OCRs*. London: Brunel University Research Arcive.
- Farki, A., dkk 2016. *Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia*. *Jurnal Teknik Its*, 5(2), A614-A619.
- Harli, I. I., dkk. 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*, Vol. 4(4).
- Hidayati, N. L. 2018. *Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, Vol 6(3).

- Julianti, Y. A. 2019. *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Online Marketplace*. The Authos. Published by Cano Ekonomos Vol. 8(1)
- Kasmi, & Candra, A. N. (2017). *Penerapan E-Commerce Berbasis Business To Consumer Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Makanan Ringan Khas Pringsewu*. Jurnal Aktual STIE Trisna Negara, Vol. 15(2), 109-116.
- Lackermair, G., et al 2013. *Importance of Online Product Reviews from a Consumer's Perspective*. *Advances in Economics and Business*, 1(1), 1-5. doi:10.13189/aeb.2013.010101
- Latief, F., & Ayustira, N. 2020. *Pengaruh Online Costumer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla*. Jurnal Mirai Management, Vol. 6 (1).
- Priangga, I., & Munawar, F. (2021). *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Lazada (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Bandung)*. Jurnal Bisnis Manajemen dan Ekonomi, 19(2), 399-413.
- Putra, D. P., Suprihartini, L., & Kurniawan, R. (2021). *Celebrity Endorser, Online Customer Review, Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening pada Marketplace Tokopedia*. Bahtera Inovasi, 5(1), 57-65.
- Sarmis, N. 2020. *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Dan Minat Pembelian Konsumen Pada Desa Sialang Jaya*. The Authors., Vol. 9(1), 81-84.
- Xu, D., et al 2019. *Regional Economic Status And Online Rating Behavior*. *Journal of Electronic Commerce Research*, Vol. 20 (No. 3).
- Yulianti, N. D. 2020. *Pengaruh Brand Image, Green Marketing Strategy, Dan Emotional Desire Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mcdonald's*. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, Vol. 5(1).

#### WEBSITE

- Aria, P. 2020. *katadata.co.id*. Diambil kembali dari <https://katadata.co.id/pingitaria/digital/5f75680f26d12/alimama-dan-potret-bisnis-rating-palsu-e-commerce-indonesia>
- Burhan, F. A. 2020. *katadata.co.id*. Diambil kembali dari <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5f021f3d034da/dongkrak-transaksi-gim-dan-live-streaming-jadi-tren-baru-e-commerce>

Dzulqarnain, I. 2019. *Pengaruh Fitur Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee*. Jember: Ilmu Adm. Bisnis FISIP UNEJ. Diambil kembali dari [https://library.unej.ac.id/index.php?p=show\\_detail&id=226403&keywords](https://library.unej.ac.id/index.php?p=show_detail&id=226403&keywords)  
=

Ningsih, E. S. 2019. *Pengaruh Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Marketplace Shopee*. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar. Diambil kembali dari [https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/8429-Full\\_Text.pdf](https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/8429-Full_Text.pdf)