

DAFTAR PUSTAKA

- Arbani. (2020). Pengaruh Consumer Online Rating Dan Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace Tokopedia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 7 (1), h. 25-33.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Daulay, N. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee. Skripsi. Sumatera Utara: *Universitas Sumatera Utara*.
- Diana, F. T. (2016). *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Dihni, V. A. (2022, 7 19). 10 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2022. Retrieved from *databoks*: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/19/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2022>, 19 Oktober 2022 (08:00)
- Durianto. (2013). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Dzulqarnain, I. (2019). Pengaruh Filtur Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee. Skripsi. Jember: *Universitas Jember*.
- Farki, A., & Baihaqi, I. (2016). Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap Kepercayaan Dan Minat Pembelian Pada Online Marketplace Di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS* 5 (2), h. 614-619.
- Fitriani, & Damayanti, E. F. (2022). Pengaruh Risiko Pembelian Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa FEB Um Metro Angkatan 2020). *Derivatif : Jurnal Manajemen* 16 (2), h. 341-350.
- Flanagin, A. a. (2014). The role of site features, user attributes and information verification behaviors on the perceived credibility of web-based information. *New Media Society* 9 (2), h. 319-342.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Universitas Diponegoro: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ichsan, M. (2018). Pengaruh Consumer Online Rating And Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia Di Wilayah DKI Jakarta. *e-Proceeding of Management* 5 (2), h. 1828-1835.
- Izzatul Islami Harli, A. M., & M. A. (2021). Pengaruh Online Consumer Review dan Rating terhadap Minat Beli Produk Kesehatan pada E-Marketplace Shopee Selama Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* 5 (2), h. 558-572.

- Keller, K. d. (2012). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Masoud. (2013). The Effect of Perceived Risk on Online Shopping in Jordan. *European Journal of Business and Management*, 5 (6)
- Mowen, J. C. (2012). *Perilaku Konsumen diahli bahasakan oleh Dwi Kartika Yahya*. Jakarta: Erlangga.
- Ningsih, E. S. (2019). Pengaruh Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Marketplace Shopee. Skripsi Makassar: *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar*.
- Nugroho, A. R. (2013). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Dengan Sistem Pre Order Secara Online*. Semarang: UNDIP.
- Pakdel, B. (2013). The Historical Context of Motivation and Analysis Theories Individual Motivation. *International Journal of Humanities and Social Science* 3 (18), h. 240-247.
- Pramono. (2014). *Buku Kuliah Anestesi*. Jakarta: EGC.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Ranti, S. (2022, 6 4). Mengenal Sejarah Berdirinya Tokopedia Hingga Melantai di Bursa Efek Indonesia. Retrieved from *Kompas.com*: <https://tekno.kompas.com>. 25 Oktober 2022 (15:00)
- Rahmawati, A. (2021). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas Pgrri Semarang). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Ekonomi Kreatif* 1 (1), h. 18-23
- Rasyad, F. (2018, 10 2). *Cara Belanja Online di Tokopedia Untuk Pemula*. Retrieved from *Gadgetren*: <https://gadgetren.com/2018/10/2/cara-order-tokopedia/>. 28 Oktober 2022 (14:30)
- Rizeki, D. N. (2022, 2 27). Review 5 Toko Online Terbaik dan Terpopuler di Indonesia. Retrieved from *Majoo*: <https://majoo.id/solusi/detail/toko-online> 9 Januari 2023 (14:45)
- Santoso, A. (2021, 6 4). Review E-Commerce Tokopedia. Retrieved from *Ripzew*: <https://www.ripzew.xyz/2021/06/review-e-commerce-tokopedia.html>. 29 Oktober 2022 (19:00)
- Sarmis, N. (2020). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Cuatomer Rating Terhadap Kepercayaan Dan Minat Pembelian Konsumen Pada Desa Sialang Jaya. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos* 9 (1), h. 81-84.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Suwarto. (2021). *Aplikasi Dan Pengelolaan Data*. Metro: Laduny Alifatama.

- Tantrabundit. (2019). Influence of Online Review and Rating System towards Consumer Preferences in Hospitality Sector Influence of Online Review and Rating System towards Consumer Preferences in Hospitality Sector. *Journal of Business Diversity* 18 (5), h. 1-18.
- Tiara Ramadhani, V. F. (2021). Pengaruh Rating Dan Online Consumer Rivev Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Pemediasi Pada Marketplace Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung). *Jurnal Manajemen Bisnis Islam* 2 (2), h. 158-162.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & Setisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Uity. (2021, 1 19). Kelebihan dan Kekurangan Tokopedia. Retrieved from *lancanguning*: <https://lancanguning.com/post/30253/kelebihan-dan-kekurangan-tokopedia.html>. 28 Oktober 2022 (15:50)
- Zhao, X. L. (2015). The influence of online reviews to online hotel booking intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 27 (6), h. 1343-1364.