

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina. (2018). *Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Indomaret di Kecamatan Lumajang*,1,255-261.
- Ali, Muhammad Taufik Ranchman, 2017,“ Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Rumah“, *jurnal ilmu dan reset management*. Vol.5, No.7
- Alma. 2018, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Amalia. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Apriadi, D., & Saputra, A. Y. (2017). E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat. *Jurnal Resti*, 01(2), 131 - 136.
- Apriadi, D., & Saputra, A. Y. (2017). E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi)*, 1(2), 131-136.
- Apriadi, D., & Saputra, A. Y. (2017). E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat. *Jurnal Resti*, 01(2), 131 - 136.
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, M. A. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee . *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–11.
- Arianty. (2017). *Pengaruh Promosi dan Merek terhadap Keputusan Pembelian*. *Prosiding Dies Natalis Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera utara*, 4(2), 76–87.
- Arikunto Suharsimi. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Cetakan Ke-20. Alfabeta. Bandung.
- Arminah. (2019). *Analisis Pengaruh Faktor Ketepatan Waktu Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan*, 49-61.
- Assauri. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Auliya, Z. F., Rifqi, M., Umam, K., & Prastiwi, S. K. (2017). Online Customer Review (OTRs) dan Rating Kekuatan baru pada Pemasaran Online di Indonesia, 89–98.
- Brestilliani, L., & Suhermin, S. (2020). Pengaruh Brand Awareness, Brand Ambassador, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Stiesia). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(2).
- Cheung, Lee dan Rabjohn (2018). *Perilaku konsumen di masa bisnis online* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2018), 37-45.
- Davis dan Khazanchi .2019. *Online Customer Review*. Penerbit Andi.

- Dr. Hj. Dewi Indriani Jusuf, S.E., M.Si., Perilaku konsumen di masa bisnis online (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2018), 37-45
- Eka Virawati (2020). Pengaruh Store Image, Online Customer Review Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa Uin Sunan Ampel Surabaya). Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Program Studi Manajemen Surabaya.
- Engler, 2018. Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko Online di Shope. *Journal of Sustainability Business Research Vol 3 No 1 Maret 2020*.
- Fadillah, O. N., Putri, R. N., Cahyono, S. B., & Firmansyah, R. (2021). Prosiding National Seminar on Accounting , Finance , Digital Influencer : Penyebab Meningkatnya Perilaku Konsumtif Masyarakat di E-Commerce pada Era Ekonomi Digital (Studi Kasus pada Aplikasi Instagram), 1(8), 294–303.
- Fandy Tjiptono, Strategi Peemasaran Edisi 3 (Yogyakarta: Andi Offset, 2017), 21
- Farki, A. (2017). Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap Kepercayaan Dan Minat Pembelian Pada Online Marketplace Di Indonesia, 1–237
- Firmansyah, 2020. *Pengantar e-Marketing*. Qiara Media. Surabaya.
- Firmansyah. 2019. *Perilaku Konsuemen (Sikap Dan Pemasaran)*. CV. Qiara Media. Surabaya.
- Fridatul Muzamzamah & , Aji Prasetyo (2022) .Analisis Program Star Seller Shopee Dalam Pertumbuhan Penjualan Serta Strategi Perusahaan Yang Diterapkan (Studi Pada Toko Online Shopee Dodollan Store Surabaya Tahun 2018 - 2021). *Journal of Sustainability Business Research Vol 3 No 1 Maret 2022*.
- G. Lackermair, D. Kailer, and K. Kanmaz, “Importance of online product reviews from a consumer’s perspective,” *Adv. Econ. Bus.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–5, 2017, doi: 10.13189/AEB.2013.010101.
- Hafrika dan Abdullah. (2017). Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi terhadap Tingkat Penjualan Tiket pada PSA Mihin Lanka Airlines. *Jurnal Ilman*, 4(1), 33–46.
- Halila Titin Hariyanto dan Lantip 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* Vol. 9, No. 2, (2020) ISSN: 2337-3539 (2301-9271)
- Hariyanto & Trisunarno (2020). Online Customer Review, Online Customer Rating. Penerbit Andi.
- Iswandari, dan Fitriyah, L. 2021. Pengaruh Harga, Promosi, dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya). *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 2(1), 89–97.

- Julianti, Y. A. (2019). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Online Marketplace (Studi Mahasiswa Universitas Pasir Pengaraian), 8(1), 0–8.
- Kotler, and Armstrong. (2017). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga
- Kotler, and Keller. 2017. *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Krisdayanto. 2018. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di I Caffe Lina Putra Net Bandung. *Journal of management*, 4 (4).
- Kristiana. 2017. Pengaruh Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Layanan terhadap kepuasan Konsumen Cafe Heerlijk Gelato Surabaya Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga* 1(1):4
- Kurnia, S. D. (2020). *Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Proses Keputusan Pembelian*.
- Lou, et al., 2018. Consumer Online Rating dan Review. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Meithiana. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya : Unitomo Press
- Natalia dan Mulyana. (2018). Pengaruh periklanan dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian. *Jurnal ilmiah manajemen*, vol. 2, no 2 Hal. 119-128
- Nirmala, P., Basalamah, M. R., & Millaningtyas, R. (2021). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2017 Universitas Islam Malang), 82–94.
- Nur' Kamisa , Almira Devita P & Dian Novita (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen (Studi kasus: Pengguna Shopee di Bandar Lampung). *Journal of Economic and Business Research* Vol. 2, No. 1, Maret 2022, page 21-29.
- Ourzha Miranda Putri & Tri Indra Wijaksana (2021). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Purchase Decision Pada Konsumen Produk Wardah Melalui Marketplace Shopee. *e-Proceeding of Management* : Vol.8, No.5 Oktober 2021 hal.6394-6403.
- Philip Kotler dan Gary Armstrong, “Dasar-Dasar Pemasaran” Edisi ke 9 Jilid 1 (Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2018), 227
- Philip Kotler dan Keller , “Dasar-Dasar Pemasaran” Edisi ke 9 Jilid 1 (Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2018), 227
- Pratiwi Arbaini, dkk. Pengaruh Consumer Online Rating dan Review terhadap keputusan Pembelian ada Pengguna Marketplace. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 2020. Vol.7 No.1, Hal.27.

- Ramadan, F., & Hafid, H. (2021). *Pengaruh online customer review dan e-service quality terhadap keputusan pembelian melalui marketplace*, 23(3), 405–412
- Rosvita Dua Lembang, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Cuaca terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum dalam Kemasan Merek The Botol Sosro” (*Skrisi – Universitas Diponegoro Semarang*, 2018), 17
- Sattar. 2017. *Buku Ajar Ekonomi Internasional*. Yogyakarta : CV. Budi Utama.
- Shabandi. 2018. “*Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pengguna Smartphone Iphone*”. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Jurusan Manajemen. Universitas Pasundan Bandung.
- Sondakh, L. J., Saerang, D. P., & Rumokoy, F. S. (2018). *The Impact of Online Customer Review and Celebrity Endorsement on Purchase Intention*. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(04), 296–306.
- Sonie Mahendra dan Primasatria Edastama (2022). Pengaruh online customer review, rating dan influencer terhadap keputusan pembelian pakaian casual pada marketplace. *Jurnal jumma45* Vol 1 No. 2 Oktober 2022. Hal 21-28
- Sudarso. 2017. *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan (Dilengkapi Hasil Riset Pada Hotel Berbintang di Sumatera Utara)*. Deepublish. Yogyakarta.
- Sudaryono. 2017 “*manajemen pemasaran teori dan implementasi*”. Yogyakarta
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan P&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan. Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Cetakan ke 22. Bandung
- Sumiati dan Gea. (2021). Pengaruh Harga, Brand Image, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Bermerek Pada PT. Bernofarm. *Jurnal manajemen universitas bung hatta*, 16(1), 57-67.
- Sunyoto, Danang. 2017. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta:
- Suprpto Rifqi (2020) .*Manajemen Pemasaran*,.Ponorogo :Myria Publisher.
- T. H. Engler, P. Winter, and M. Schulz, “*Understanding online product ratings: a customer satisfaction model*,” *J. Retail. Consum. Serv.*, vol. 27, pp. 113–120, 2015, doi: 10.1016/j.jretconser.2015.07.010.
- Tengku. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. CV Media Sains Indonesia. Bandung,
- Trenz & Berger, (2019). Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Purchase Decision Pada Konsumen Produk Wardah Melalui Marketplace Shopee. *e-Proceeding of Management* : Vol.8, No.5 Oktober 2021 hal.6394-6403.
- Tria jihan lestari (2022). Analisis pengaruh online customer rating, online customer review dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada marketplace lazada (studi pada mahasiswa manajemen universitas nusantara PGRI Kediri). *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara Persatuan guru Republik indonesia*. PGRI Kediri.

- Turban et al., 2017. Strategi Peemasaran Edisi 3 (Yogyakarta: Andi Offset, 2017), 21.
- William et al., 2018. online product ratings. Alfabeta.Cetakan ke 22.Bandung.
- Yuli Tri Cahyono & Indah Dwi Wibawani (2021). Pengaruh Harga, Online Customer Review, dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *Seminar nasional & call for paper hubisintek 2021*.Hal 867 – 874.
- Yustiani, R., & Yunanto, R. (2017). Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Ilmiah Komputer. *Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika (KOMPUTA)*, 6(2).
- Yusuf Saleh Muhammad. (2019) Konsep dan strategi pemasaran.Makassar: Sah Media