

## DAFTAR PUSTAKA

- Ana, N. T. (2022). Pengaruh Ulasan Pelanggan Online, Peringkat, dan Layanan Pelanggan Online sebagai Pilihan Berbelanja di Marketplace Tokopedia. *EMABI: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 252–264.
- Arbaini, P., Wahab, Z., & Widiyanti, M. (2020). Pengaruh Consumer Online Rating Dan Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace Tokopedia. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7(1), 25–33. <https://doi.org/10.26905/jbm.v7i1.3897>
- 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*, 8(2), 1–11.
- Ayuningtiyas, K., & Gunawan, H. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 2(1), 152–165.
- Baron, Reuben M., Kenny, David A. 1986. *the mediator*. Elsevier Publishing, Amsterdam
- Chandra Wijaya dan Sesilya Kempa. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Lazada. *AGORA Vol. 6, No. 2 (2018)*, 6(2), 1–6.
- Dzulqarnain, I. (2019). *PENGARUH FITUR ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA MARKETPLACE SHOPEE*. file:///C:/Users/ADMIN/Documents/Data Keny/SKRIPSI/jurnal orang/3897-13035-1-Pratiwi arbani (pnlitian trdhl).pdf
- Ghozali, Imam. 2006. *Partial least square*. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2021). 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), A234–A239. <https://doi.org/10.12962/j23373539.v9i2.56728>
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012), *Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi 12* penerbit Erlangga.
- Kotler, P. dan Keller. 2017. *Marketing Management 14th edition*. PT. Indeks Kelompok Gramedia , Jakarta
- Kotler, Philip., Keller, Kevin Lane. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga, Jakarta

- Kotler, Philip., Amstrong, Garry. 2017. *Prinsip-prinsip Pemasaran* Edisi 12 Jilid 1. Erlangga, Jakarta
- Mowen dan Minor (2016), *Managing Services : Marketing, Operations, and Human Resources*, Second.Edition, Prentice Hall Inc., Englewood Cliffs, New Jersey.
- Mudambi, S. M., & Schuff, D. (2017). What makes a helpful review? A study of customer reviews on Amazon. com. *MIS quarterly*, 34(1), 185200.
- Mulyadi, A., Eka, D., & Nailis, W. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Online Lazada. *Jembatan*, 15(2), 87–94. <https://doi.org/10.29259/jmbt.v15i2.6656>
- Putri, M. (2021). Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Lazada Di Kecamatan Rumbio Jaya. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 5(1), 1–82.
- Sekaran, Uma. 2013. *Metode penelitian bisnis Edisi 6*. Alfabeta. Bandung
- Sari, F. P. (2021). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Online Di E-Commerce Pada Mahasiswa UMSU. *Ekonomi Dan Bisnis*, 1–66.
- Sianipar, F. A. H., & Yoestini, Y. (2021). Analisis Pengaruh Customer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Online Marketplace. *Diponegoro Journal of Management*, 10(1), 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Sugiyono. 2015. *Penelitian kualitatif dan kuantitatif*. Alfabeta. Bandung
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tyas, A. A. W. P., & Nurhasanah, N. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Informasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kemudahan Pada Situs Jual Beli Online. *Journal of Economic*, 10(1), 61–72.
- Wahyudi, T., Handayani, B., & Sarmo, S. (2019). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen Remaja Kota Mataram Pada Pembelian Produk Fashion Shopee Online Shop. *Jurnal Riset Manajemen*, 19(1), 1–7. <https://doi.org/10.29303/jrm.v19i1.33>
- Widiati, A., & Pratiwi, D. (2022). Pengaruh Ulasan Dan Penilaian Pelanggan, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pasar Online Shopee Pada Mahasiswa Di Kota Pontianak. *E-QIEN (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis)*, 9(1), 219–226.