

## DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Chaffey, D. , & S. P. R. (2013). *Emarketing Excellence. Planning And Optimizing Your Digital Marketing*. Abingdon: Routledge.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penelitian Skripsi, Tesis, Dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fung, A. N. W., Jung, G. L. W., Ying, K. K., & Wai, M. C. K. (2012). *Factor That Affect The Purchasing Decision Of Cars Among Generation Y Females*. [Bachelor Degree]. Sungai Long: Universiti Tunku Abdul Rahman.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss, Edisi Kedelapan (8th Ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Gerry, A. (2014). *Principle Of Marketing*. (15th Edition). New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, P. And K. L. K. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. Pearson Education, Inc.
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern (Cetakan Pertama)*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Nawawi, I. (2013). *Isu-Isu Ekonomi Islam: Kompilasi Pemikiran Filsafat Dan Teori Menuju Praktik Di Tengah Arus Ekonomi Global*. Jakarta: Viv Press.
- Ningsih, E. S. P. (2019). *Pengaruh Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Marketplace Shopee [Skripsi]*. Makassar: Univeritas Muhammadiyah Makassar.
- Qomariah, N. (2016). *Marketing Adaptive Strategy*. Jember: Cahaya Ilmu.
- Rachmawati, I. K., Handoko, Y., Nuryanti, F., Wulan, M., & Hidayatullah, S. (2019). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Pelanggan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Seminar Nasional Sistem Informasi*, 1617–1625.
- Sangadji, E. M. (2013). *Perilaku Konsumen* . Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran: Vol. Cetakan I (Moh. Suardi, Ed.)*. Yogyakarta: Samudra Biru (Anggota Ikapi).
- Sekaran, U., & R. Bougie. (2013). *Research Method For Bussines. Chennai* . India: Johonwiley & Sons Ltd.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Yogyakarta: Cv. Andi Offset.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suharno Dan Sutarso. (2010). *Marketing In Prakte, Cetakan Pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suparyanto, & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: In Media.
- Wahidmurni. (2017). *Pemaparan Metode Penelitian Kualitatif*. Uin Maulana Malik Ibrahim Malang.

Jurnal:

- Arbaini, P. (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>
- Elwalda, A., & Lu, K. (2016). The Impact Of Online Customer Reviews (Ocrs) On Customers' Purchase Decisions: An Exploration Of The Main Dimensions Of Ocrs. *Journal Of Customer Behaviour*, 15(2), 123–152. <https://doi.org/10.1362/147539216x14594362873695>
- Engler, T. H., Winter, P., & Schulz, M. (2015). Understanding Online Product Ratings: A Customer Satisfaction Model. *Journal Of Retailing And Consumer Services*, 27, 113–120.
- Faiqoh, I., & Wiwoho, G. (2021). Pengaruh Price Consciousness Dan Country Of Origin Terhadap Minat Beli Konsumen Dengan Perceived Quality Sebagai Variabel Pemediasi Pada K-Beauty Produk Nature Republic (Studi Pada Masyarakat Di Kabupaten Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 3(6), 1109–1124. <http://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/jimmba/index>
- Fauzi, S., & Lina, L. F. (2021). Peran Foto Produk, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Pada Minat Beli Konsumen Di E-Commerce. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 21. <https://doi.org/10.24853/jmmb.2.1.151-156>
- Handayani, S. (2018). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis E-Commerce Studi Kasus Toko Kun Jakarta. *Ilkom Jurnal Ilmiah*, 10(2), 182–189.
- Hidayati, N. L. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 06(03), 77–84. <https://jurnal.mahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/24741>
- Ichsan, M., Jumhur, H. M., & Dharmoputra, S. (2018). Pengaruh Consumer Online Rating And Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia Di Wilayah Dki Jakarta Effect Of Consumer Online Rating And Review To Buying Interest On Tokopedia Marketplace Region Dki Jakarta. *E-Proceeding Of Management*, 5(2), 1828–1835.
- Irwanto, A., Rohman, F., & Noermijti. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Strategi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan, Dan Pengaruhnya Pada Terbentuknya Word-Of-Mouth Di Perumahan Madani Group Jabodetabek Agus. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 11(1), 85–94.
- Jamarnis, S., & Susanti, F. (2019). Pengaruh Harga Dan Periklanan Melalui Internet Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Merek Lux Pada Mahasiswa Stie “Kbp” Padang. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.31227/osf.io/xz3d8>
- Konuk, F. A. (2015). The Effects Of Price Consciousness And Sale Proneness On Purchase Intention Towards Expiration Date-Based Priced Perishable Foods. *British Food Journal*, 117(2), 793–804. <https://doi.org/10.1108/bfj-10-2013-0305>
- 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>
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online Customer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla. *Jurnal Mirai Management*, 6(1), 139–154. <https://journal.steamkop.ac.id/index.php/miraipg.139>

- Lee, E.-J., & Shin, S. Y. (2014). When Do Consumers Buy Online Product Reviews? Effects Of Review Quality, Product Type, And Reviewer's Photo. *Computers In Human Behavior*, 31, 356–366. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.10.050>
- Li, N. And Z. P. (2002). *Consumer Online Shopping Attitudes And Behavior: An Assessment Of Research*.
- Lichtenstein, D. R., & Ridgway, N. M. (1993). Price Perceptions And Consumer Shopping Behavior: A Field Study. *Journal Of Marketing Research*, 30, 234–245.
- Mo, Z., Li, Y.-F., & Fan, P. (2015). Effect Of Online Reviews On Consumer Purchase Behavior. *Journal Of Service Science And Management*, 08(03), 419–424. <https://doi.org/10.4236/jssm.2015.83043>
- 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>
- Mu'nis, H., & Komaladewi, R. (2020). Analisis Komparatif Online Customer Review Dan Survey Customer Review Marketing Mix. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 15(3), 138–148. <https://doi.org/10.21067/jem.v15i3.4476>
- Nisak, C. (2016). Pengaruh Harga, Keragaman Model Produk, Kualitas Informasi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Toko Tas Online Sabilla Store. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(3), 309–320. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/viewfile/12464/12093>
- Priandewi, N. M. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di E-Commerce Lazada. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(2), 419–433. <https://doi.org/10.46306/vls.v1i2.34>
- Ragatirta, L. P., & Tiningrum, E. (2020). Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Rown Division Surakarta). *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan*, 7(2), 143–152. <https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/excellent>
- Rinaja, A. F., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Word Of Mouth, And Price Consciousness Terhadap Minat Beli Di Shopee. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(3), 435–448. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i3.345>
- Romdonah, S., & Kurniawan, I. S. (2017). Pengaruh Price Consciousness, Brand Image, Accessibility Dan Social Value Perception Terhadap Purchase Intention Sepeda Motor Honda Pada Dealer Cendana Di Kota Kendal. *Manajemen Dewantara*, 1(1), 63–72. <https://doi.org/10.26460/md.v1i1.48>
- Safitri, M. N., & Isti'mal, I. (2022). Pengaruh Kesadaran Harga Dan Ulasan Pelanggan Onlineterhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Aktif Itb Ad Jakarta). *Jurnal Inovasi Dan Kreativitas (Jika)*, 2, 79–86. <https://doi.org/10.30656/jika.v2i1.5417>
- Santoso, D., Najib, M., & Munandar, J. M. (2016). Pengaruh Persepsi Risiko, Price Consciousness, Familiarity, Persepsi Kualitas, Dan Citra Toko Pada Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 9(3), 218–230. <https://doi.org/10.24156/jikk.2016.9.3.218>
- Siagian, A. O., Martiwi, R., & Indra, N. (2020). Kemajuan Pemasaran Produk Dalam Memanfaatkan Media Sosial Di Era Digital. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 44. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i3.4497>
- Soh, C. Q. Y., Rezaei, S., & Gu, M.-L. (2017). A Structural Model Of The Antecedents And Consequences Of Generation Y Luxury Fashion Goods Purchase Decisions. *Young Consumers*, 18(2), 180–204. <https://doi.org/10.1108/Yc-12-2016-00654>

- Sujanta, P. (2019). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt.Mitra Mandiri Sejahtera Bersama*. <https://doi.org/10.17605/Osf.io/Hngvj>
- Tantrabundit, P., & Jamrozy, U. (2018). Influence Of Online Review And Rating System Towards Consumer Preferences In Hospitality Sector. *Journal Of Business Diversity*, 18(4), 84–100.
- Wibowo, W. N., & Kempa, S. (2021). Pengaruh Store Image, Price Consciousness, Interpersonal Influence, Dan Online Advertising Terhadap Purchase Intention Di Showroom Mobil Bekas Berkat Motor. *Agora*, 9(2), 1–6. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/11741/10342>
- Widodo, T. (2016). Pengaruh Brand Image, Atribut Produk, Dan Harga Terhadap Kepurusan Pembelian Ulang Belanja Online Shopee. . *Jurnal Program Studi Manajemen. Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Yap, & Ng, X. H. (2018). (2018). 기사 (Article) 와안내문 (Information) [. *The Eletronic Library*, 34(1), 1–5.
- Website:
- Dihni, V, 2022, *e-commerce dengan pengunjung terbanyak kuartal i 2022*, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/19/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2022>. 04 September 2022

