



DAFTAR PUSTAKA

- Aco, A., & Endang, A. H. (2017), *Analisis Bisnis E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*. Jurnal Teknik Informatika, 2, 1–13.
- Adriyanti, R., & Indriani, F. (2017), *Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Citra Merek dan Minat Beli Pada Produk Kosmetik Wardah*. Dipenogoro Journal Of Management, 6, 1–14.
- Al Aradatin, S. A., Muslih, B., & Meilina, R. (2021, September). *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).
- Al Mana, A. M., & Mirza, A. A. (2013), *The impact of electronic word of mouth on consumers' purchasing decisions*. International Journal of Computer Applications, 82(9).
- Ampangallo, F. (2017), *Pengaruh Atmosfer, Desain Layout, Gairah Emosional dan Sikap Konsumen Toko Online Terhadap Minat Beli* (Doctoral dissertation, UAJY).
- Anggraini, M. D. (2021), *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Purchase Decision (Studi pada Calon Konsumen Shopee di Kota Malang)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).
- Arbaini, P. (2020), *Pengaruh consumer online rating dan review terhadap keputusan pembelian pada pengguna marketplace tokopedia*. Jurnal Bisnis dan Manajemen, 7(1).
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, W. (2019), *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee.(Studi pada Mahasiswa Aktif FISIP Undip)*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 8(2), 55-66.
- Cooper, Donald R. dan Pamela S. Schindler (2017), *Metode Penelitian Bisnis, Buku 1*, Jakarta: Salemba Empat.
- Darma, G. S., & Swari, D. A. K. B. A. (2019), *Kepercayaan Lintas Generasi Dalam Penggunaan Social Media dan Electronic Word of Mouth Dewa Ayu Ketut Bintang Arbina Swari (1) Gede Sri Darma (2)*. Bisnis, Jurnal Manajemen, 16(4), 145–161.
- Daulay, N. (2020), *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi pada Masyarakat Kecamatan Medan Labuhan)*.
- Dedi, P. (2018), *Penerapan Electronic Commerce (E-Commerce) Pada Karya Pahala 2 Magetan Sebagai Media Pemasaran Produk Kerajinan Kulit* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Dzulqarnain, I. (2019), *Pengaruh Fitur Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee*.
- Fajar Maulana, M. (2018), *Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Im3*.



Fakhri, R. A. (2021), *Pengaruh Keadilan Organisasi, Pengembangan Karir, Dan Budaya Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja* (Studi Kasus Pada PT. Pertamina Training and Consulting). S1 Manajemen, 1-18.

Farki, A. (2016), *Pengaruh online customer review dan rating terhadap kepercayaan dan minat pembelian pada online marketplace di Indonesia* (Doctoral dissertation, Institut Teknologi Sepuluh Nopember).

Filieri, R. (2014), *What makes online reviews helpful? A diagnosticity-adoption framework to explain informational and normative influences in e-WOM*. Journal of Business Research, 68(6), 1261-1270.

Fitur online customer review dan online customer rating di e-commerce Shopee, diakses pada Oktober 2021,
https://shopee.co.id/Vaseline-Hand-Body-Lotion-Soft-Glow-180-Ml-Serum-Kulit-Serum-Badan-Serum-Glow-i.14318452.3420969686?sp_atk=41ea22b7-1a09-4d01-b529-0d9a7e35c392

Firmansyah, Muhammad A. (2019), *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy*, Pasuruan: Qiara Media.

Ghozali, Imam. (2016), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. (2018), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

HAIR, JR, H. U. L. T. (2014), GTM; RINGLE, CM; SARSTEDT, M. *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*, Los Angeles, SAGE.

Kanitra, A. R. & Kusumawati, A. (2018), *Pengaruh Country of Origin dan Online Consumer Review terhadap Trust dan Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 Tahun Akademik 2017/2018 Pembeli Produk Oppo Smartphone)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 61(1), Agustus, 64-73.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2016), *Marketing Management*, Edisi 15e, USA : Pearson

Lackermair, Georg., Kailer, Daniel., & Kanmaz, Kenan., (2013), *Importance of Online Product Reviews from a Consumer's Perspective*, Advances in Economics and Business, Vol. 1, hal. 1-5.

Latief, F., & Ayustira, N. (2020), *Pengaruh Online Customer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla*. Jurnal Mirai Management, 5(3), 139-154.

Logo Shopee, diakses pada Februari 2021,
<https://www.pinterest.com/pin/358951032798544056/>

Mangold, W. G., & Smith, K. T. (2012), *Selling to Millennials with online reviews*. Business Horizons, 55(2), 141-153.

Hak Cipta milik IBI Kwik Kian Gie (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Meilina Boediono, S. C., & sari Immanuel, D. M. (2018), *Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen Sealantwax*. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, 3(1).

Menu tampilan *e-commerce* Shopee, diakses pada Februari 2021,
<https://shopee.co.id/>

Mo, Zi, Li, Y. and Fan, P. (2015), *Effect of Online Reviews on Consumer Purchase Behavior*. *Journal of Service Science and Management*, 8, 419–424.

Mubarak, R. L., & Hamdani, A. U. (2019), *Perancangan E-commerce Untuk Mempermudah Penjualan Studi Kasus: xyz*. *Idealis: Indonesia Journal Information System*, 2(3), 124-131.

Munis, H. (2019), *Analisis Komparatif Online Customer Review Dan Survey Customer Review Marketing Mix 4a Wisata Kuliner Kota Bandung (Studi Kasus Pada Wisata Kuliner Kota Bandung) TAHUN 2018 2019* (Doctoral dissertation).

Nana Septi Nur Megawati. (2018), *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Pembelian Pada Online Shop*. Skripsi Universitas Lampung

Ningsih, E. S. (2019), *Pengaruh Rating dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Marketplace Shopee*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Pertumbuhan transaksi *e-commerce* di Indonesia, diakses pada Oktober 2021,
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/01/29/nilai-transaksi-E-commerce-mencapai-rp-2663-triliun-pada-2020>

Prayoga, N. D. (2021), *Pengaruh Online Customer Review, Rating dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Marketplace Shopee* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

Putri, L., & Wandebori, H. (2016), *Factors influencing cosmetics purchase intention in indonesia based on online review*. In *International Conference on Ethics of Business, Economics and Social Science* (pp. 255-263).

Santonidis, I., Trivellas, P., & Tsimonis, G. (2012), *Using E- S- QUAL to measure internet service quality of e- commerce web sites in Greece*. *International Journal of Quality and Service Sciences*.

Sejarah marketplace Shopee dan visi misi, diakses pada Oktober 2021,
<https://pojoksosmed.com/marketplace/sejarah-shopee/>

Sriwindarti, S. (2020), *Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, Brand Image, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Transportasi Online Grabbike Di Ponorogo* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).

Sugiyono. (2017), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2018), *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sutanto, MA and Aprianingsih, A. (2016), *The Effect of Online Consumer Review toward Purchase Intention: A Study in Premium Cosmetics in Indonesia*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Proceedings of International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science, pp. 218-230

Top 10 *e-commerce* di Indonesia, diakses pada Oktober 2021,

<https://data.tempo.co/data/907/top-10-E-commerce-di-indonesia-kuartal-i-2020>

Zhu, D.H., Chang, Y.P., Luo, J.J. (2016), *Understanding the influence of C2C communication on purchase decision in online communities from a perspective of information adoption model*. Telemat. Inform. 33, 8–16.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

