



DAFTAR PUSTAKA

Abubakar, Rusydi. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Sayed Mahdi, ALFABETA, Bandung.

Agusta, R. P., & Dewi, C. K. (2020). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Widjie Coffee). 6(3), 6266–6275.

Ananda, A. F., & Wandebori, H. (2016). "The Impact of Drugstore Makeup Product Reviews by Beauty Vlogger on Youtube Towards Purchase Intention by Undergraduate Students in Indonesia". *International Conference on Ethics of Business, Economics and Social Sciences*, 264-274.

Arbain, Pratiwi, Zakaria Wahab, dan Marlina Widiyanti. (2020). Pengaruh Consumer Online Rating dan Review terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, (Online), Vol. 7 No. 1, hal. 25-33,

Asri Nugrahani Ardianti, Dr. Widiartanto, M. A. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–11.

Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2017). *Business Research Methods (Edisi 12)*. McGraw Hill Irwin.

Detik.com, (2021, 10 September), "Layanan Pelanggan Tokopedia Raih Penghargaan di ICSQ Award 2021, Diakses 9 Desember 2021", <https://news.detik.com/berita/d-5718856/layanan-pelanggan-tokopedia-raih-penghargaan-di-icsq-award-2021>

Fahmi, I. (2016). *Perilaku Organisasi*. Bandung: Alfabeta.

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).

Finance.detik.com, (2021, 22 September). "Daftar 10 Jagoan e-Commerce di Indonesia", Diakses 27 November 2021, <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5735421/daftar-10-jagoan-e-commerce-di-indonesia>

Fitriyanti, Amin, M., & Junaidi. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa Akuntansi dalam Memilih Karir sebagai Akuntan Publik. *E- JRA*, Vol. 7, No. 1.

Ghozali, Imam. 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Graha Chandrarin. 2017. *Metode Riset Akuntansi Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Salemba Empat.

Kamilia, Korina T, Suharyono dan Inggang Perwangsa Nuralam. 2019. Pengaruh Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 72 (1) : 202-211.

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.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Kompas.com, (2020, 29 Juli). “Gelar Waktu Indonesia Belanja Tokopedia Berikan Diskon Semua di Bawah Rp. 99 ribu *Cashback* dan Bebas Ongkir”, Diakses 16 November 2021, <https://biz.kompas.com/read/2020/07/29/204053728/gelar-waktu-indonesia-belanja-tokopedia-berikan-diskon-semua-di-bawah-rp-99-ribu>

Kompas.com, (2021, 7 Juli), “Shopee 7.7 Mega Elektronik Sale, TV LED Dijual Seharga Rp.1.000”, Diakses 1 Desember 2021, <https://money.kompas.com/read/2021/07/07/104000726/shopee-7.7-mega-elektronik-sale-tv-led-dijual-seharga-rp-1.000>

Kompas.com, (2021, 7 Maret), “Peran IPTEK dalam Menunjang Kegiatan Ekonomi”, Diakses 25 Desember 2021, <https://www.kompas.com/skola/read/2021/03/07/184655369/peran-iptek-dalam-menunjang-kegiatan-ekonomi>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition (Vol. 15E)*

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2018. *Principles of Marketing. Edisi 15 Global Edition.* Pearson.

Kurniawan, K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tiger Sugar di Jakarta/Winnie Kurniawan/28160372/Pembimbing: Tumpal JR Sitinjak.

Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran.* Sukabumi: CV Al Fath Zumar.

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

Marpaung, F. K., Arnold S, M. W., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. ALAMJAYA WIRASENTOSA KABANJAHE. *Jurnal Manajemen Volume 7 Nomor 1*, 7.

Maslakhah, Arinda Nur dan Andjarwati, A. L. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Mascara Oriflame (Studi Pada Konsumenmascara Oriflamewilayah Surabayapusat). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(4), 487

Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan Keahlian* (Tim editor (ed.); Edisi 6 Bu). Salemba Empat.

Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis.* Yogyakarta: Andi.

Sugiyono (2019). *Statistika untuk Penelitian.* Bandung : CV Alfabeta.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Atas Nama IBIKKG (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.



Sutanto, M. A. and Aprianingsih, A. (2016) The Effect of Online Consumer Review Toward Purchase Intention : A Study in Premium Cosmetic in Indonesia, *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science*, pp. 218–230. doi: 10.1007/s10067-008-0838-8.

Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa- Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Andi Offset.

Tjiptono, F. (2018), *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan,dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019). *Service, Quality & Customer Satisfaction*. Andi Offset. Yogyakarta.

Tjiptono, F., & Gregorius, C. (2016). *Service Quality dan Satisfaction (Ed. 4)*. Andi Offset.

Tokopedia.com, (2021, 8 Desember), “5 Tipe Promosi yang Disukai Pembeli”, Diakses 15 Desember 2021, <https://seller.tokopedia.com/edu/jenis-promosi/>

Tokopedia.com, (2021, 18 Mei), “Pentingnya Kecepatan untuk Kepuasan Konsumen Anda”, Diakses 20 Desember 2021, <https://seller.tokopedia.com/edu/tips-meningkatkan-pelayanan-toko/>

Utzman, M., & Wahyuati, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9.