



DAFTAR PUSTAKA

© Hak cipta dilindungi. IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) | Jember, Jawa Timur

Buku

Cooper, D. R., dan Pamela, S. S. (2017), *Metode Penelitian Bisnis, Edisi 11*, Buku I, Jakarta : Salemba Empat.

Gunawan, D., Pratiwi, A. D., Arfah, Y., dan Hartanto, B. (2022), *Keputusan Pembelian Skincare Saji Berbasis Media Marketing*, Tebing Tinggi: PT. Inovasi Pratama Indonesia.

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

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., dan Anderson, R. E. (2019), *Multivariate Data Analysis, Edisi 18e*, United Kingdom: Cengage Learning.

Kotler, P. & Armstrong, G. (2022). *Principles Of Marketing. 17e*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management. 16e*.

Romindo. (2019). *E-commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya*.

Sekaran dan Bougie (2017) / Sekaran, Umma dan Roger, Bougie. (2017), *Metode Penelitian Untuk Bisnis, Edisi 6*, Buku I, Jakarta : Salemba Empat.

Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Jurnal

Ahyar, H., & Juliana Sukmana, D. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif SERI BUKU HASIL PENELITIAN View project Seri Buku Ajar View project*, diakses 1 januari 2023, <https://www.researchgate.net/publication/340021548>

Ardianti Asri Nurgahani, & Widiartanto. (2019). *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee. (Studi pada Mahasiswa Aktif FISIP Undip) | Ardianti | Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, diakses 12 januari 2023, <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/23656/21533>

Auliya Zakky Fahma, Umam Moh Rifqi khairul, & Pratiwi Septi Kurnia. (2017). *Online Customer Reviews (OTRs) dan Rating: Kekuatan baru pada Pemasaran Online di Indonesia* (Vol. 8 Issue 1).

Ernawati, D (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol.7, 17-32.

Latief¹, F & Ayustira², N. (2020). *PENGARUH ONLINE COSTUMER REVIEW DAN CUSTOMER RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK DI SOCIOLLA* (Vol. 6, Issue 1), diakses 14 februari 2023, <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/miraipg.139>

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



Putri, L., & Wandebori, H. (2016). *FACTORS INFLUENCING COSMETICS PURCHASE INTENTION IN INDONESIA BASED ON ONLINE REVIEW*.

Wibisono, H., Wijaya, K. E., Program, F. A., Perhotelan, M., Manajemen, S., Bisnis, F., & Ekonomi, D. (2021). *PENGARUH ONLINE REVIEW DAN ONLINE RATING TERHADAP MINAT BELI PADA KONSUMEN PERGIKULINER DI SURABAYA*.

Databoks. (2023). *Nilai Transaksi Tokopedia Terbesar Dibandingkan E-commerce Lainnya*, diakses 16 April 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/15/2014-2023-nilai-transaksi-tokopedia-terbesar-dibandingkan-e-commerce-lainnya>

iprices. (2022). *Top 50 E-commerce Sites & Apps in Indonesia 2019*, diakses 3 february 2023, <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/en/>

Nurdian Graha. (2022). *Data E-commerce Indonesia 2022 (2 Tahun Pandemi) | Graha Nurdian*, diakses 3 february 2023, <https://grahanurdian.com/data-e-commerce-indonesia-2022/>

Tokopedia. (2022a). *Tips Tingkatkan Review Positif Toko Anda - Pusat Edukasi Seller Tokopedia*, diakses 3 february 2023, <https://seller.tokopedia.com/edu/tips-tingkatkan-review-positif/>

Tokopedia. (2022b). *[Ulasan] Kini Pantau Rating Produk Jauh Lebih Mudah - Pusat Edukasi*, diakses 3 february 2023, *Seller Tokopedia*. <https://seller.tokopedia.com/edu/fitur-ulasan-produk/>

Tokopedia. (2023). *JBL Official Store - Produk Audio Terlengkap & Bergaransi Resmi | Tokopedia*, diakses 3 february 2023, <https://www.tokopedia.com/jbl-official>

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

Situs

Databoks.

iprices.

Nurdian Graha.

Tokopedia.

Tokopedia.

Tokopedia.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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