



DAFTAR PUSTAKA



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Buku

- Burgess, S., Sellitto, C., Cox, C., & Buultjens, J. (2011). Trust perceptions of online travel information by different content creators: Some social and legal implications. *Information System Frontiers*, *Vo. 13*, 221–235. <https://link.springer.com/article/10.1007/s10796-009-9192-x>
- Ghozali. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 25*. Ed. 9. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Greenberg, Paul. 2010. *CRM at the Speed of Light Fourth Edition: Social CRM 2.0 Strategies, Tools, and Techniques for Engaging Your Customers*. 4th ed. New York: McGraw Hill.
- Hair, Joseph F., and Joseph F. Hair. 2010. *Multivariate Data Analysis*. Ed. 7th. Boston: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Hawkins, & Mothersbaugh. (2010). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. McGraw-Hill/Irwin.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran : Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lupiyoadi, Rambat, and Dedy A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pertiwi, D. (2021). *Pemasaran Jasa Pariwisata (Dilengkapi dengan Model Penelitian Pariwisata Gedung Heritage di Bandung Raya)*. Deepublish. https://www.google.co.id/books/edition/Pemasaran_Jasa_Pariwisata_Dilengkapi_den/nO5EEAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=kepercayaan+konsumen&pg=PA94&printsec=frontcover
- Robbins, Stephen P., and A. Judge, Timothy. 2009. *Organizational Behavior*. 13th ed. New Jersey: Pearson Education.
- Sekaran, Uma, and Roger Bougie. 2017. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. 6th ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Afabeta.
- Suranto. 2011. *Komunikasi Interpersonal*. 1st ed. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Weitzl, W. (2016). *Measuring Electronic Word of Mouth Effectiveness*. Springer Fachmedien Wiesbaden.

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.



2. Jurnal

- Alfiansya, Irvan, and Nurhadi. 2023. "Pengaruh Influencer Media Sosial Dan Testimoni Terhadap Minat Beli Produk Erigo Di Marketplace Indonesia." *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5(2): 844–56. <https://journal.laaroiba.ac.id/index.php/alkharaj/article/view/1350/1251>.
- Annur, Cindy Mutia. 2022. "Daftar Menu Makan Siang Yang Banyak Dipesan Online, Ada Favotirmu?" *databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/10/makanan-dan-minuman-jadi-kontributor-terbesar-pdb-sektor-industri-kuartal-ii-2022>.
- Ardianti, Asri Nugrahani, and Widiartanto. 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): 1–11. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/23656/21533>.
- Asgari, Omid, Saulo Dubard Weise, Alexander, Barbosa, and Luis Martinez. 2022. "The Effect of Electronic Word-of-Mouth (EWOM) on Consumer Ratings in the Digital Era." *SpringerLink*: 267–73. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-05728-1_28.
- Chu, Shu-Chuan, and Yoojung Kim. 2018. "The Current State of Knowledge on Electronic Word-of-Mouth in Advertising Research." *International Journal of Advertising* 37(1: Electornic Word-of-Mouth): 1–13. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02650487.2017.1407061>.
- Farki, Ahmad, Imam Baihaqi, and Berto Mulia Wibawa. 2016. "Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap Kepercayaan Dan Minat Pembelian Pada Online Marketplace Di Indonesia." *Jurnal Teknik ITS* 5(2): A615. <https://ejournal.its.ac.id/index.php/teknik/article/download/19671/2853>.
- Farras, Yodi. 2022. "Pengaruh Online Review, Online Customer Rating Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Pelanggan Tiket.Com Di Kota Padang." *Universitas Bung Hatta Repository*. <http://repo.bunghatta.ac.id/8978/>.
- Gabriela, Yoshua, and Rachman Mulyandi. 2022. "Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Pelanggan E-Commerce." *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan* 1(1): 124–28. <https://ejournal.stie-trianandra.ac.id/index.php/jempper/article/view/224/190>.
- Hariyanto, Halila Titin, and Lantip Trisunarno. 2020. "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 Vol. 9(2)*: A234–39. <https://ejournal.its.ac.id/index.php/teknik/article/view/56728/6300>.
- Hermawan, Eric. 2023. "Pengaruh Kepercayaan, Pembelajaran Dan Kolaborasi Terhadap Manajemen Pengetahuan." *Jurnal Komunikasi dan Ilmu Sosial (JKIS)* 1(1): 26–37. <https://dinastires.org/JKIS/article/view/116/109>.
- Hidayatillah, Khalimatus Sa'diyah Rizki, and Untung Lasiyono. 2022. "Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Penjualan Online Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervenig Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya." *Journal of Sustainability Business Research* 3(1): 44–53. <https://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/jsbr/article/view/5321/3741>.
- chsan, Masyita, Helni Mutiarsih Jumbur, and Soeparwoto Dharmoputro. 2018. "Pengaruh Consumer Online Rating Dan Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia Di Wilayah DKI Jakarta." *eProceeding of Management* 5(2):

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1828–35.

<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/6875/6774>.



Hak cipta milik IBI KKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Kamisa, Nur, Almira Devita, and Dian Novita. 2022. “Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen (Studi Kasus: Pengguna Shopee Di Bandar Lampung).” *Journal of Economic and Business Research* Vo. 2: 28. <http://jurnal.teknokrat.ac.id/index.php/JEB/article/view/83/65>.
- Latief, Fitriani, and Nirwana Ayustira. 2020. “Pengaruh Online Costumer Review Dan Costumer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla.” *Jurnal Mirai Management* Vol. 6, No: 140. <https://journal.steamkop.ac.id/index.php/mirai>.
- Lim, Kwek Choon, Lau Teek Chai, and Tan Hoi Piew. 2010. “The Effects of Shopping Orientations, Online Trust and Prio Online Purchase Experience Towars Customers’ Online Purchase Intention.” *International Business Research* 3(3): 63–76. https://www.researchgate.net/profile/Teck-Chai-Lau-2/publication/44298410_The_Effects_of_Shopping_Orientations_Online_Trust_and_Prior_Online_Purchase_Experience_toward_Customers'_Online_Purchase_Intention/inks/58a67a174585150402ee07da/The-Effects-of-Shop.
- Munte, Risma Nurhaini, Rosita Girsang, and Andri Safitri. 2020. “Pengaruh Online Consumer Review Dan Rating Terhadap Kepercayaan Dan Minat Marketplace Shopee.” *Jurnal Education and Development* Vol.8 No.: 192. <http://journal.ipts.ac.id/index.php/ED/article/view/1910/996>.
- Ovaliana, Wiharti Dwi, and Mahfudz. 2022. “Pengaruh Online Customer Review Dan Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen Dan Keputusan Pembelian Make Over Pada Marketplace Shopee Di Kota Semarang.” *Diponegoro Journal of Management* Vol. 11: 9. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/36528/28083>.
- Picaully, Maria Regina. 2018. “Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Gadget Di Shopee Indonesia.” *Jurnal Manajemen Maranatha* 18(1): 32–40. <https://journal.maranatha.edu/index.php/jmm/article/view/1094>.
- Prasetya, Audrey Nathania Early. 2023. “Analisis Adanya Pay Later Dalam Marketplace Terhadap Daya Beli Masyarakat.” *Jurnal Revenue : Jurnal Ilmiah Akuntansi* 3(4): 593–601. <https://revenue.lppmbinabangsa.id/index.php/home/article/view/125/185>.
- Putra, Denny Pratama, Lia Suprihartini, and Roni Kurniawan. 2021. “Celebrity Endorser, Online Customer Review, Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Markerplace Tokopedia.” *Jurnal Bahtera Inovasi* Vol. 5: 63. https://www.academia.edu/90522633/Celebrity_Endorser_Online_Customer_Review_Online_Customer_Rating_Terdapat_Keputusan_Pembelian_dengan_Kepercayaan_Sebagai_Variabel_Intervening_pada_Marketplace_Tokopedia.
- Putri, Latifa, and Harimukti Wandebori. 2016. “Factors Infulencing Cosmetics Purchase Intention In Indonesia Based On Online Review.” *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science*: 257–58. <https://core.ac.uk/download/pdf/78033925.pdf>.
- Ramadhani, Tiara, and Vicky Sanjaya. 2021. “Pengaruh Rating Dan Online Consumer Review Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Permediasi Pada Marketplace Shopee Dalam Perpektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung).” *Jurnal Manajemen Bisnis Islam* Vol. 2: 169–70. <http://103.88.229.8/index.php/RJMBI/article/view/9623/4783>.

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.



- Sarmis, Novita. 2020. "Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Dan Minat Pembelian Konsumen Pada Desa Sialan Jaya." *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos* Vol. 9: 83. <https://journal.upp.ac.id/index.php/cano/article/view/735/478>.
- Shelly, Cashman (Thomson). 2007. *Discovering Computers*. Penerbit Salemba. https://www.google.co.id/books/edition/Discovering_Computers_ed_3/GRVvbCZb3cUC?hl=id&gbpv=1&kptab=overview.
- Swari, Dewa Ayu Ketut Bintang Arbina, and Gede Sri Darma. 2019. "Kepercayaan Lintas Generasi Dalam Penggunaan Social Media Dan Electronic Word Of Mouth." *Jurnal Manajemen Bisnis* 16(4): 145–61. <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/article/view/2256>.
- Thakur, Rakhi. 2018. "Customer Engagement and Online Reviews." *Journal of Retailing and Consumer Services* 41: 48–59. <http://www.isihome.ir/freearticle/ISIHome.ir-22177.pdf>.
- Wahyudi, Taesar, Baiq Handayani, and Sulaeman Sarmo. 2019a. "Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen Remaja Kota Mataram Pada Pembelian Produk Fashion Shopee Online Shop." *Jurnal Riset Manajemen* Vol. 19: 3. <http://jrm.unram.ac.id/index.php/jrm/article/view/33/10>.
- . 2019b. "Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen Remaja Kota Mataram Pada Pembelian Produk Fashion Shopee Online Shop." *Jurnal Riset Manajemen* Vo. 19: 6. <http://jrm.unram.ac.id/index.php/jrm/article/view/33/10>.
- 3. Website**
- Arslan. 2022. "6 Types of ECommerce Business Models You Need To Know." *ecomsay*. <https://www.ecomsay.com/types-of-ecommerce-business-models/>.
- Eatlah. 2022. "Eatlah." *Eatlah*. <https://www.eatlahjkt.com/>.
- Karyono, Sasa. 2022. "Review Adalah Ulasan Berdasarkan Analisis, Ketahui Cara Melakukannya." *LinovHR*. <https://www.linovhr.com/review-adalah/>.
- Kusnandar, Viva Budy. 2022. "Makanan Dan Minuman Jadi Kontributor Terbesar PDB Sektor Industrial Kuartal II-2022." *databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/10/makanan-dan-minuman-jadi-kontributor-terbesar-pdb-sektor-industri-kuartal-ii-2022>.
- Purnamasari, Novita. 2018. "Sambal Chciken." *pergikuliner*. <https://pergikuliner.com/restaurants/bandung/eatlah-pasir-kaliki/reviews/6426183634>.
- "Review Dan Rating." 2022. *Ejoseph*. <https://www.google.com/maps/reviews/@-6.1931583,106.8218666,17z/data=!3m1!4b1!4m6!14m5!1m4!2m3!1sChZDSUHNMG9nS0VJQ0FnSURldXRPRQ2RREAE!2m1!1s0x0:0x827a7e11d440dbed?hl=id>.
- Wong, Jony. 2010. *Internet Marketing For Beginners*. Elex Media. https://books.google.co.id/books?id=r2qwdLnknAQC&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG Institut Bisnis dan Informatika 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.