



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Sumatera Utara: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, Edisi 1. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, F. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, F. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hoyer, W. D., MacInnis, D. J., & Pieters, R. (2023). *Consumer Behavior*, Edisi 8. USA: Cengage.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles of Marketing Global Edition*, Edisi 19. United States: Pearson.
- Sugiyono (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Edisi 19. Bandung: ALFABETA.

Jurnal

- Budi Martini, L. K., Sembiring, E., & Paulus, F. (2022). Customer Online Customer Rating dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Medeliafashion Pada Marketplace Tokopedia Jakarta. *Journal Of Applied Management and Accounting Science*, Vol. 4, No. 1.
- Febiana, D., Kumadji, S., & Sunarti. (2014). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Pengunjung Yang Melakukan Pembelian Pada Biker's Resto dan Cafe di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 16, No. 1.
- Harioyo, L. (2018). Apakah E-WOM (Electronic Word Of Mouth) Bisa Mengalahkan WOM (Word Of Mouth) Dalam Mempengaruhi Penjualan Produk Kuliner. *Jurnal Turnojoyo*, Vol. 12, No. 1.
- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo. *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis*, Vol. 1, No. 1.
- Lestari, W., Lukitaningsih, A., & Hatmanti Hutami, L. T. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Price Consciousness Terhadap Keputusan Pembelian: Studi Pada Pelanggan Tiktok Shop di Kota Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis*, Vol. 5, No.6.
- Rahayu, P., & Edward, M. (2014). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Smartfren Andromax (Studi Pada Mahasiswa Kampus Ketintang Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, Vol. 2, No. 1.
- Rut Winasis, C. L., Widiyanti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Harga, Promosi dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, Vol. 3.



Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi 19 ed.). Bandung: ALFABETA.

Ulfaida, I. N., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2023). Pengaruh Online Customer Review dan Rating Toko Terhadap Minat Pembeli Produk Whitelab di Marketplace Tokopedia Pada Generasi Y. *Management Studies and Entrepreneurship Journal, Vol. 4, No. 5.*

Viana, E. O., & Hartati, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian" (Studi pada rumah makan "Mie Gacoan" Di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Cakrawangsa Bisnis, Vol. 3, No. 2.*

Zed, H. Z., Ratmaningsih, Y. R., & Kartini, T. M. (2023). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Online di E-commerce Pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Cikarang. *Jurnal Mirai Management, Vol. 8, 436-452.*

Mulidar, C. S. (2022). Pengaruh Online Customer Reviews, Online Customer Rating dan Presepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Dikaji Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Universitas Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.*

Puspita Sari, W. H. (2022). Pengaruh Promosi, Online Cutomer Review, dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Marketplace Shopee di Indonesia). *Universitas Lampung.*

Ulyati, W. C. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace Shopee. *Universitas Darul Ulum Islamic Center Sudirman Guppi.*

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 juaan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak melujikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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