

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. (2015). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Aswaja Pressindo.
- Ahmadi, K. N., & Herlina. (2017). Analisis Segmentasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Magister*, 03(01).
- Aji, M., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. (2023). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Customer Rating* terhadap Minat Beli Produk *Fashion* Di Platform Shopee (Studi pada Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang). In *Management Studies And Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 6). [Http://Journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej](http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej)
- Almana, A. M., & Mirza, A. A. (2013). *The Impact Of Electronic Word Of Mouth on Consumers' Purchasing Decisions*. In *International Journal Of Computer Applications* (Vol. 82, Issue 9). [Https://Doi.Org/10.5120/14145-2286](https://doi.org/10.5120/14145-2286)
- 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*.
- Auliya, Z. F., & Na'im, J. A. (2021). Pengaruh *Online Customer Review*, Label Halal, dan *Country of Origin* terhadap Minat Beli. 13. [Https://Doi.Org/10.33747](https://doi.org/10.33747)
- Auliya, Z. F., Umam, M. R. K., & Kurnia Prastiwi, S. (2017). *Online Costumer Reviews (OTRs) dan Rating: Kekuatan Baru pada Pemasaran Online di Indonesia*. 8(1), 89–98.
- Dewi, A. K., & Artanti, Y. (2020). Peran *Online Customer Review*, *City Image* dan *Perceived Price* terhadap *Purchase Intention* pada Wisata Kuliner Surabaya. *Jurnal Maajemen Dan Keuangan*, 9(1).
- Dzulqarnain, I. (2019). Pengaruh Fitur *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Produk ada Marketplace Shopee.
- Fakhrudin, A., Roellyanti, M. V., & Awan. (2022). *Bauran Pemasaran (Edisi Pertama)*. Deepublish Publisher .
- Farki, A., Baihaqi, I., & Wibawa, B. M. (2016). Pengaruh *Online Customer Review dan Rating* terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada *Online Marketplace* di Indonesia. *Jurnal Teknik Its*, 52.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen (5th Ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Cetakan Ke 8)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (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*, Volume 9, No. 2.
- Harli, I. I., Mutasowifin, A., & Andrianto, M. S. (2021). Pengaruh *Online Consumer Review* dan *Rating* terhadap Minat Beli Produk Kesehatan pada E-Marketplace Shopee selama Masa Pandemi Covid-19. *Inobis: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 4(4).
- Hasrul, A. F., Suharyati, & Sembiring, R. (2021). Analisis Pengaruh *Online Customer Review* dan *Rating* terhadap Minat Beli Produk Elektronik di Tokopedia. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 1352–1365. <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/korelasi/article/view/1155>
- Ichsan, M., Mutiarsih Jumhur, H., & Soeparwoto Dharmoputra, I. (2018). Pengaruh *Consumer Online Rating* dan *Review* terhadap Minat Beli Konsumen pada Marketplace Tokopedia di Wilayah DKI Jakarta. 5(2).
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan.
- Istiqomah, M., & Marlina, N. (2020). Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim dan *Online Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion*. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 288–298. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/jurnalmanajemen>
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 2). Indeks, 2005.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2013). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 12). Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13 Jilid 1 & 2). PT. Indeks.
- Lackermair, G., Kailer, D., & Kanmaz, K. (2013). *Importance Of Online Product Reviews From A Consumer's Perspective*. *Advances In Economics And Business*, 1(1), 1–5. <https://doi.org/10.13189/Aeb.2013.010101>
- Lemeshow, S., Jr., D. W. H., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1997). *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Gadjah Mada University Press.
- Mowen, J., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen* (Edisi 5). Erlangga.
- Mulyati, Y., & Gesitera, G. (2020). Pengaruh *Online Customer Review* terhadap *Purchase Intention* dengan *Trust* Sebagai Intervening pada Toko Online Bukalapak di Kota Padang. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 9(2), 173. <https://doi.org/10.30588/Jmp.V9i2.538>
- Nainggolan, N. P., & Heryenzus. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Beli Konsumen dalam membeli Rumah di Kota Batam. *Journal Of Accounting & Management Innovation*, 2(2). <https://www.indonesia->

- Notoatmodjo. (2010). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Rineka Cipta.
- Putri, P. M., & Marlien, R. A. (2022). Pengaruh *Digital Marketing* terhadap Keputusan Pembelian *Online*. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25–36. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V5i1.510>
- Ramadhan, S. S., Hamid, F. Z., Sofa, N., Niaga, J. A., & Jakarta, N. (2023). Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Online Customer Review* pada Instagram terhadap Minat Beli Konsumen Ichiban Sushi melalui Akun @Ichibansushi_Id. *Jurnal Administrasi Profesional* (Vol. 04, Issue 1).
- Riduwan, & Kuncoro, E. A. (2017). Cara menggunakan dan memakai *Path Analysis* (Analisis Jalur). Alfabeta.
- Ritonga, E., Sembiring, C. F., & Tobing, E. (2015). Analisis Sikap Konsumen terhadap Celana Jeans Cardinal Studi Kasus pada Los D Pasar Induk Kramat Jati. 19, Nomor 3, 60–69. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=vjnj2p4aaaaj&citation_for_view=vjnj2p4aaaaj:3fe2csjrl8c
- Rizal, A. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0* (Cetakan Pertama). Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2020 ©2020. <https://opac.perpusnas.go.id/detailopac.aspx?id=1301715#>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2004). *Perilaku Konsumen*. Rajawali Pers.
- Sheth, J. N., & Mittal, B. (2004). *Customer Behavior: A Managerial Perspective* (Edisi 2). Thomson/South-Western, 2004.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2020). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Pustaka Baru.
- Ulfaida, I. N., Savitri, C., & Faddilla, S. P. (2023). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Rating Toko* terhadap Minat Pembelian Produk Whitelab di Marketplace Tokopedia pada Generasi Y. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 5). <http://journal.yrpiaku.com/index.php/msej>
- Zhu, F., & Zhang, X. (Michael). (2010). *Impact of Online Consumer Reviews on Sales: The Moderating Role of Product and Consumer Characteristics*. *Journal Of Marketing*, 74(2), 133–148. <https://doi.org/10.1509/Jm.74.2.133>