

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Afandi, P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator)*. Zanaf Publishing.
- Ferdinan, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen (Edisi 5)*. Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, A., & Mahardhika, B. W. (2018). *Pengantar Manajemen*. DEEPUBLISH.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Universitas Diponegoro.
- Kotler, P. dan G. A. (2018). *Principle Of Marketing, 17e Global Edition*,. Pearson Education Limited.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. PT. Indeks.
- Malayu S.P, H. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.
- Nalendra, A. R. A., Rosalinah, Y., Priadi, A., Subroti, I., Rahayuningsih, R., Lestari, R., Kusamandari, S., Yuliasari, R., Astuti, D., Latumahina, J., Purnomo, M. W., & Zede, V. A. (2021). *Statistika Seri Dasar dengan SPSS*. In *Penerbit Media Sains Indonesia*.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Putri, L., & Wandebori, H. (2016). Factors Influencing Cosmetics Purchase Intention In Indonesia Based On Online Review. *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science, 1*, 255–263.
- Riduwan, E. A. K. (2017). *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Alfabeta.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Andi Offset.

Jurnal

- Ardianti, A. N., & Widiartanto, M. A. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee . *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–11.
- Auliya, Z. F., Rifqi, M., Umam, K., & Prastiwi, S. K. (2017). *Online Customer Review (OTRs) dan Rating Kekuatan baru pada Pemasaran Online di Indonesia*. 89–98.
- Cahyaningtyas, R., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Review Produk dan Konten Marketing pada Tiktok terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening By Felicya Angelista. *e-Proceeding of Management*, 8(5), 6488–6498.
- Farki, A., & Baihaqi, I. (2016). Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*, 5(2). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v5i2.19671>
- Gabriela, Yoshua, M. R. M. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Pelanggan E-Commerce. *Jurnal Jempper : Jurnal Ekonomi, Manajemen Parawisata Dan Perhotelan*, 1(1), 121–125.
- Hariani. (2013). *Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli konsumen menggunakan gas LPG*.
- 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*, 9(2), 234–239.
- Ichsan, M., Jumhur, H. M., Hum, M., & Dharmoputra, S. (2018b). Pengaruh Consumer Online Rating and Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia Di Wilayah Dki Jakarta Effect of Consumer Online Rating and Review To Buying. *e-Proceeding of Management*, 5(2), 1828–1835.
- Istiqomah, L., & Usman, U. (2021). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW , KEPERCAYAAN , DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi terhadap Mahasiswa pengguna Platform Pasar Online)*. 1(1), 76–88.
- Istiyanto, R. M. P. dan B. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Perempuan Di Surakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 4(2), 78–88.

- Laili Hidayati, N. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Riviws Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(3), 77–84. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/24741>
- Latief, F., & Ayustira, N. (2019). Pengaruh Online Costumer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla. *Jurnal Mirai Managemnt*, 4(2), 122–136. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai>
- Mawa, S. F., & Cahyadi, I. F. (2021). *Pengaruh Harga , Online Customer Review dan Rating Terhadap Minat Beli di Lazada*. 9, 253–278.
- Megawati, N. S. N. (2018). *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Pembelian Pada Online shop (Studi Kasus : Pelanggan Online Shop Lazada Pada Mahasiswa Feb Unila)*, Lampung.
- 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>
- Prakoso, O. T., Asiyah, S., & Abs, M. K. (2017). Pengaruh Online Customer Review, Rating Toko Dan Harga Terhadap Minat Pembelian Di Shopee (Studi pada Mahasiswa Universitas Islam Malang FEB jurusan Manajemen angkatan 2017). *Jurnal Riset Manajemen*, 82–94.
- Putri, L., & Wandebori, H. (2016). Factors Influencing Cosmetics Purchase Intention In Indonesia Based On Online Review. *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science*, 1, 255–263.
- Sastika, W. (2018). Analisis Kualitas Layanan dengan Menggunakan E-Service Quality untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shopee. *Journals.Upi-Yai.Ac.Id*, 2, 6.
- Wijayanti, R. ika. (2022). *Dampak Toko Online Jika Diberi Bintang 1 di Marketplace*. 13 Februari 2022. <https://www.idxchannel.com/milenomic/hai-pembeli-ini-dampak-toko-online-jika-diberi-bintang-1-di-marketplace>
- Wulandari, H. (2022). *Efektifitas Brand Ambassador, Online Behavioural Advertising, Dan Online Customer Review Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Shopee* [Esa Unggul].

<https://digilib.esaunggul.ac.id/bookmark/24073/Online>

- Yasmin, A., Tasneem, S., & Fatema, K. (2015). Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age: An Empirical Study. *The International Journal of Management Science and Business Administration*, 1(5), 69–80. <https://doi.org/10.18775/ijmsba.1849-5664-5419.2014.15.1006>
- Yulfita Aini, J. (2019). Pengaruh Online Costumer Review Dan Online Costumer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Online Marketplace (Studi Mahasiswa Universitas Pasir Pengaraian). *Cano ekonomos*, 8(1), 0–8.

Skripsi

- Ningsih, P. E. S. (2019). *Ningsih, Putri E S. . (2019). Pengaruh Rating dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Marketplace Shopee. Skripsi , 1-93.*

Internet

- Astuti, Y. (2021). *Review Scarlett Whitening Body Lotion Jolly, Untuk kulit Harum dan Cerah.* <https://yasinyasintha.com/review-scarlett-whitening-body-lotion-jolly/>
- Compas.co.id. (2021). *Top 5 Brand Perawatan Wajah di Ecommerce Indonesia.* <https://compas.co.id/article/top-5-brand-perawatan-wajah/>
- iPrice. (2021, 11 18). (2021). *Persaingan Toko Online di Indonesia.* <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Jayani, Dwi Hadya (2019, 09 09). (2019). *No Titl.* <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/09/berapa-pengguna-internet-di-indonesia>
- Kontan. (2021). *Riset Snapcart: Shopee paling diminati dan jadi pilihan konsumen belanja.* <https://industri.kontan.co.id/news/riset-snapcart-shopee-paling-diminati-dan-jadi-pilihan-konsumen-berlanja>