

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran* (Cetakan ke). Rajawali Pers.
- Effendi, U. (2014). *Asas Manajemen*. Rajawali Pers.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish.
- Juliana, Djakasaputra, A., Pramezwary, A., & Hutahaen, J. (2020). *Marketing Strategy In Digital Era*. NEM.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of marketing (12th Edition)*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasara (Jilid I Edition)*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. Pearson education, Inc.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran : Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Alfabeta.
- Pratama, R. (2020). *Pengantar Manajemen*. CV Budi Utama.  
[https://books.google.co.id/books?id=mzX4DwAAQBAJ&pg=PA12&hl=id&source=gbs\\_selected\\_pages&cad=2#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=mzX4DwAAQBAJ&pg=PA12&hl=id&source=gbs_selected_pages&cad=2#v=onepage&q&f=false)
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam persaingan Binsis Kontemporer*. Alfabeta.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2014). *Perilaku Konsumen - Pendekatan Praktis Disertai Jurnal Penelitian* (N. WK. (ed.)). Andi.
- Sucahyowati, H. (2017). *Pengantar Manajemen. Buku Pegangan Mata Kuliah Pengantar Manajemen*.
- Sudaryo, Y., & Sofianti, N. A. (2020). *Digital Marketing dan FinTech di Indonesia*. Andi.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF* (M. P. Setiyawami, S.H. (ed.)). ALFABETA.

Suprihanto, J. (2014). *Manajemen* (Sutarno (ed.); Cetakan pe). Gadjah Mada University Press.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Andi Offset.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran (Edisi 4)* (4th ed.). Andi Offset.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Andi Offset.

## Jurnal

Audria, N., & Batu, R. L. (2022). PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN E-SERVICE QUALITY. *Jurnal Manajemendan Akuntansi*, 17(1), 35–47. <https://doi.org/https://doi.org/10.32534/jy.v17i1.2571>

Auliya, Z. F., Rifqi, M., Umam, K., & Prastiwi, S. K. (2017). Online Customer Review (OTRs) dan Rating Kekuatan baru pada Pemasaran Online di Indonesia. *EBBank*, 8 No., 89–98.

Chesanti, P. C., & Setyorini., R. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Sebagai Pengguna Aplikasi PLN Mobile. *Jurnal Penelitian Pendidikan*.

Chevalier, J. A., & Mayzlin, D. (2016). *The Effect of Word of Mouth on Sales: Online Book Reviews*. <https://doi.org/10.1509/jmkr.43.3.345>

Dzulqarnain, I. (2019). *Pengaruh Fitur Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee*.

Emeralda, Wulandari, J., & Adistya, D. (2020). Analisis E-Trust, E-Wom Dan E-

- Service Quality Dalam Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Perspektif Bisnis*, 3(2), 63–75. <https://doi.org/10.23960/jpb.v3i2.19>
- Filieri, R. (2014). What makes online reviews helpful? A diagnosticity-adoption framework to explain informational and normative influences in e-WOM. *Journal of Business Reseach*.
- Inayah, M. A., Kamal, B., & Amaliyah, F. (2021). *Pengaruh Online Customer Review, Promotion, Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Indonesia Pada Mahasiswa Politeknik Harapan Bersama Tegal*. 4(1), 6.
- Maulidi, W. S. (2019). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) di Instagram terhadap Minat Berkunjung dan Dampaknya terhadap Keputusan Berkunjung (Survei pada Wisata Muara Bengawan Solo, Gresik). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 40–50.
- Megawati, S. N. (2018). *Pengaruh Online Customer review dan Online Customer Rating Terhadap Minat Pembelian Online Shop (Studi Kasus : Pelanggan Online Shop Lazada Pada Mahasiswa FEB Unila)*.
- Mo, Z., Li, Y.-F., & Fan, P. (2015). Effect of Online Reviews on Consumer Purchase Behavior. *Journal of Service Science and Management*, 08(03), 419–424. <https://doi.org/10.4236/jssm.2015.83043>
- Mulyati, S., Yofina, Haryeni, & Masrur. (2018). Pengaruh Electric Word of Mouth Terhadap Citra Destinasi Serta Dampaknya Pada Minat Dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Pada Destinasi Wisata Kota Bukit Tinggi. *Jurnal Ekonomi & Bisnis Dharma Andalas*.
- Muslim, A. W. (2018). Pengaruh Media Sosial, E-Service Quality dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi Oleh Gaya Hidup. *Jurnat Riset Bisnis Dan Manajemen*, Vol 6, No., 145–162.
- Ningsih, S., & Dukalang, H. H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analsis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1), 43–53. <https://doi.org/10.34312/jjom.v1i1.1742>

- Nuraeni, Y. S., & Irawati, D. (2021). Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen  
Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9 No. 4,  
439–450.
- Nurmanah, I., & Nugroho, E. S. (2021). Pengaruh Kepercayaan (Trust) Dan  
Kualitas Pelayanan Online (E-Service Quality) Terhadap Keputusan  
Pembelian Online Shop Bukalapak. *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*,  
5(1), 11. <https://doi.org/10.31602/atd.v5i1.3384>
- Ramadan, F., Muchtar, & Hafid, H. (2021). Pengaruh Online Customer Review dan  
E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace.  
*Forum Ekonomi*, 23(3), 405–412.  
<http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUMEKONOMI>
- Salmah, N. N. A., Suhada, S., & Damayanti, R. (2021). Peran E-satisfaction dalam  
Memediasi Pengaruh E-service Quality Terhadap E-loyalty Pelanggan pada  
Toko Online Cilufio. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1),  
132. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.191>
- Saragih, M. G. (2019). PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-  
LOYALTY MELALUI E-SATISFACTION (STUDI PADA PELANGGAN  
TOKO ONLINE SHOPEE DI KOTA MEDAN). *Jurnal Mantik Penusa*,  
15(3), 238–251. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v15i3.4543>
- Saskiana, D. (2021). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, ONLINE  
CUSTOMER RATING, E-SERVICE QUALITY, E-TRUST DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PADA KONSUMEN MARKETPLACE  
SHOPEE DI SURABAYA*. 6.
- Tarigan, E. D. S. (2021). Pengaruh Online Customer Review Dan E-Service Quality  
Terhadap Trust Belie F Dalam Berbelanja Online Tokopedia Di Kotamedan.  
*Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)*, 5(2), 1685–1698.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.vol5.iss1.pp1685-1698>

**Web**

Dwiryanto, A. (2022). Retrieved from Data Digital Indonesia Tahun 2022:

<https://www.kompasiana.com/andidwiryanto/620fe14651d76471ad402f76/data-digital-indonesia-tahun-2022>

Shopee. (n.d.). Retrieved from Shopee Analytic:

<https://www.shopeeanalytics.com/id/search/keyword?keyword=fashion&language=id>

Suara, L. (2022). Retrieved from Survei Ipsos: Persaingan 3 E-Commerce

Terpopuler di Indonesia Akhir Tahun 2021:

<https://lintasutara.id/lintasdata/2022/01/30/survei-ipsos-3-e-commerce-terpopuler-di-indonesia-2021/>

