

Daftar Pustaka

- 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.
- Citra Savitri, & Robby Fauji. (2021). Model Electronic Word of Mouth Dan Rating Dalam Mempengaruhi Minat Beli Pada Marketplace Shopee Pada Masa Pandemi Covid-19. *Buana Ilmu*, 6(1), 1–12. <https://doi.org/10.36805/bi.v6i1.1980>
- Damayanti, R. S. (2019). Pengaruh Online Customer Review and Rating, E-Service Quality dan Price Terhadap Minat Beli pada Online Marketplace (Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Magelang). *Prosiding 2nd Business and Economics Conference In Utilizing of Modern*, 684–693.
- Fadli, U. M. (2019). *Metodologi Penelitian : Untuk Ekonomi dan Bisnis*.
- Faris Fathin, R., & Millanyani, H. (2021). Pengaruh Online customer review Dan Rating Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Pemesanan Hotel Traveloka. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2(1), 1–5. 6
- Gabriela, Yoshua, & Mulyandi, M. R. (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.
- Gemilang, W. C., & Laily, N. (2022). Pengaruh Rating Dan Online customer review Terhadap Minat Beli Pada Lazada Melalui Trust Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(06), 1–17.
- 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. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 558–572. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.205>
- Hasrul, A. F., Suharyati, & Sembiring, R. (2021). Analisis pengaruh online customer review dan rating terhadap minat beli produk elektronik di tokopedia. *KORELASI : Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(1).
- Herawan, M. N. G., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Blackpink dan Brand Image Terhadap Minat Beli di Aplikasi Shopee pada Mahasiswa manajemen angkatan 2018 Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Buana Ilmu*, 7(1), 18–32.
- Katadata.co.id. (2023). *5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023-by-katadata*. Databoks.Katadata.Co.Id.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L., & C. He, H. (2020). *Principles of Marketing Eighth European Edition (Issue 17th Edition)*. Pearson. www.pearson.com/uk
- Martini, L. K. B., Sembiring, E., & Paulus, F. (2022). Customer Online Customer Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Modeliafashion Pada Marketplace Tokopedia Jakarta. *Journal of Applied Management and Accounting Science*, 4(1), 15–24. <https://doi.org/10.51713/jamas.v4i1.67>
- Nurniati, N., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2023). *Electronic Word of Mouth (e-WoM) and Influencer Marketing Strategy on Purchase Decision of Skincare Products in Marketplace*. 3(2), 290–304. Riyanjaya, N. A., & Andarini, S. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Produk Wardah Di Situs Belanja Online Shopee. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(5), 927–944. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i5.1179>
- Savitri, C., Hurriyati, R., Wibowo, L. A., & Hendrayati, H. (2022). The Effect of Electronic Word of Mouth on E-Purchase Decision at Marketplace. *Proceedings of the 6th Global Conference on Business, Management, and Entrepreneurship (GCBME 2021)*, 657(Gcbme 2021), 170–172. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220701.034>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Susanto, H. J., & Muljadi. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Pembelian Pada Pelanggan Online Shop Bukalapak (Studi Pada Pelanggan Online Shop Bukalapak Karyawan PT. Imexindo Intiniaga). *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis*, 10(1), 59–70.