

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Adi Sukma. 2012. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Social Networking Websites. *Jurnal Ekonomi Manajemen*.
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, M. A. 2019. Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer *E-Rating* terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee . *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–11.
- Astuti, S. I., Arso, S. P., & Wigati, P. A. 2015. indikator OCR. *Analisis Standar Pelayanan Minimal Pada Instalasi Rawat Jalan Di RSUD Kota Semarang*, (3): 103–111.
- Auliya, Z, F. Moh, R, K, U. & Septi.K.P. 2017. Online Customer Review(OTRs) dan *E-Rating*:Kekutan Baru pada Pemasaran Online di Indonesia Online Customer Reviews (OTRs) dan *E-Rating* New Era in Indonesia Online Marketing, *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8 (1) : 25-33.
- Baskara, & Hariyadi. 2014. Analisis pengaruh kepercayaan, keamanan, kualitas pelayanan dan persepsi akan resiko terhadap keputusan pembelian melalui situs jejaring sosial (social networking websites).
- Chaiffey, Daive. 2007. *Business aind E-Commerce Mainaigement*. Hairlow: Peairson Educaition, Inc.
- Deni, Prainoto. 2014. *Pengairuh Kepercaiyaiaain Dailaim Pembeliain*. Jaikairtai: Graimediai.
- Dewi, C. S. (2023). *Pengaruh E-Rating Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Produk Eticha di Akun shopee Eticha_Mojokerto)* (Doctoral dissertation, Universitas Yudharta).
- Faindy Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran*, Ed.3 Yogyakarta:Andi
- Farki Ahmad dan Baihaqi Imam. 2016. Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia. *Jurnal teknik ITS*, 5(2):2301.
- Gabriela, Yoshua, & Mulyandi, M. R. 2022. Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Pelanggan E-

- Commerce. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(1):121–125.
- Ginting Daniel, Fahmi, Indrianis Dian. 2021. *Inovasi Pengajaran dan Pembelajaran Melalui Platform Digital*. Malang:Media Nusa Creative.
- Guo, G., Zhang, J., Thalmann, D., and Yorke-Smith, N. 2013. *Prior E-Ratings a new information source for recommender systems in e-commerce*. In Proceedings of the 7th ACM Conference on Recommender Systems (RecSys).
- Hadiyati, Ernani. 2014. Studi Dimensi Hubungan Pemasaran Dan Loyalitas Pelanggan Jasa Sektor Perbankan, *Jurnal Dinamika Manajemen*, 2(2): 72-87
- Hariyanto, H. T., & Trisunairno, L. 2020. Analisis Pengaruh Online Customer Review , Online Customer E-Rating , dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan. *Jurnal Teknik ITS*, 9(2).
- Hariyanto HT dan Trisunairno L. 2020. Analisis Pengaruh Customer Review, Online Customer Rating, dan Star Seller Terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko Online Di Shopee. *Jurnal Teknik ITS*, 9(2):2337.
- Huda, M., Fu'ad, M., Azzahra, N. E. F., & Prihastuti, N. (2021). MSMEs Competitiveness Strategies During Covid 19 Pandemic Using Technopreneurship Approach. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, 5(2), 320-330.
- Juniardi dan I. G. So. 2012. "E-Marketing Berbasis Web Untuk Meningkatkan Persaingan Bisnis". *BINUS Business Review*, 3(1), hal:413-424.
- Kotler Philip, Armstrong Gary. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Ed.12. Penerbit Erlangga.
- Kotler, & Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran* ed.12 Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Ed.3. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. ed.13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip, 1997. *Manajemen Pemasaran*. Alih bahasa Hendra Teguh dan Ronny Antonius Rusli. Edisi 9. Jakarta : Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2017. *Marketing Management*. English: Pearson.

- Lackermair, Georg. Kailer, Daniel. & Kanmaz, K. 2013. Importance of Online Product Reviews from a Consumer Perspective. *Advances in Economic and Business*, 1 (1): 1-5.
- Maghfiroh, A. 2014. PEMBELIAN (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Tahun Angkatan 2013 / 2014 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Pembeli Indosat Ooredoo). *Jurnal Administrai Bisnis*, 40(1): 132–140.
- Mowen. J. C., dan Minor, M., 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Penerbit Erlangga.
- Mulyadi Agustina, Eka Dian dan Welly Nailis. 2018. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kuailitais Informaisi Terhaidaip Keputusan Pembeliain Di Toko Online Laizaidai. *Jurnail Ilmiaih Mainaijemen Bisnis dain Teraipain*, (2)
- Priainsai, Donni Juni. 2017. *Perilaiku Konsumen Dailaim Persaiingain Bisnis Kontemporer*. Baidung: AIlfaibetai.
- Prihastuti, N. A. (2023). Efektivitas Social Media Marketing Berbasis Digital Content Sebagai Upaya UMKM Go Digital dalam Momentum Pemulihan Ekonomi di Kecamatan Gempol. *Bisman (Bisnis dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 6(1), 1-9.
- Rossa, & Zulkarnain. (2023). Perkembangan Delik Penodaan Agama Di Indonesia: Perspektif Historis Konstitusional, *Jurnal Hukum*. 5(2), 2620-5556.
- Setiaidi, Nugroho. 2015. *Perilaiku Konsumen: Perspektif Kontemporer paidai Motif, Tujuan, dain Keinginain Konsumen*. Jaikairtai: Prenaidai mediai Group.
- Shiffmain, Leon G. AInd Kainuk. 2007. *Perilaku Konsumen*, ed.07. Jakarta:Indeks.
- Sihombing Soter Nikous. 2022. *Pemasaran Digital*. Purwokerto Selatan:CV. Pena Persada Redaksi.
- Sobandi, & Somantri. 2020. Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Winter Journal: Imwi Student Research Journal*, 1(1), 41-52.
- Sugiyono. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan keempat. Penerbit Alfabeta.

Bandung.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Ed.18. Bandung:Alfabeta

Thomson. P. S, dan Ginting, L. 2013. Analisis pengaruh kualitas pelayanan konsumen pada Warung ucok durian iskandar muda medan Terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Maineksi*, 8(2).

Tjiptono, Faindy. 2015. *Straitegi Pemaisairain*. Ed.4. Yogyakairtai: Penerbit AIndi.

Triai Jihain. 2022. AInailisis Pengairuh Raiting, Review Dain Kuailitais Produk Terhaidaip Keputusan Pembeliain Paidai Mairketplaice Laizaidai. *Jurnal Simposius Mainaijemen dain Bisnis*, 1(1): 756.

Wusko, A. U. (2023). Optimalisasi Online Marketing melalui Marketplace Shopee Produk UMKM Kopi Kutjur Sumberrejo Purwosari Pasuruan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(8), 1501-1507.