

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina , Lidya dan Firman Kurniawan, “Sistem Reputasi Penjual dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian di Platform C2C E-Commerce,” *Jurnal Komunikasi Indonesia* 7, No. 1, (2018): 31, Diakses pada 26 Agustus 2021 ,
<http://journal.ui.ac.id/index.php/jkmi/article/view/9700/pdf>.
- Ali, Ahmad, *Kitab Shahih Al-Bukhari dan Muslim*,(Jakarta: Alita Aksara Media, 2013).
- Alquran, al-Baqoroh ayat 168, *Alquran Dan Terjemahnya* (Jakarta: Departemen Agama RI, Mecca Quran, 2017), 25.
- Apriadi, Deni dan Arie Yandi Saputra, “*E-Commerce Berbasis Marketplace dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian*,” *Jurnal Resti* 1, No. 2, (2017): 131-136. Diakses pada 17 agustus, 2021 ,
<http://jurnal.iaii.or.id/index.php/RESTI/article/view/36>
- Arikunto, ”prosedur penelitian suatu pendekatan praktek,” (Jakarta: Rineka Cipta, 2005)
- Asri dan Widiartanto, “Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee”.
- Auliya, Zakky Fahma dkk “ Online Customer Review (Otrs) Dan Rating : Kekuatan Baru Pada Pemasaran Online Di Indonesia,” *Jurnal EBBANK* 8, No. 1, (2017): 92. Diakses pada 26 agustus 2021,
<http://ebbank.stiebbank.ac.id/index.php/EBBANK/article/view/112/100>.
- Badan Pusat Statistik, *Statistik Telekomunikasi Indonesia* (Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2019)
- Barkatullah, Abdul Halim dan Syahrida, *Sengketa Transaksi e-Commerce Internasional* (Banjarmasin: FH Unlam Press, 2010).
- Bungin, Burhan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana,2005) 86.
[https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Kuantitatif/rBVNDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Muhammad+%E2%80%9C+Metode+Penelitian+Ekonomi+Islam+Pendekatan+Kuantitatif+%E2%80%9C+\(+Jakarta+:+Rajawali+Pers,+2013&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Kuantitatif/rBVNDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Muhammad+%E2%80%9C+Metode+Penelitian+Ekonomi+Islam+Pendekatan+Kuantitatif+%E2%80%9C+(+Jakarta+:+Rajawali+Pers,+2013&printsec=frontcover).
- Danty, Nabillah Sukma, dkk. “Pengaruh Online Consumer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan Kosumen dan Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee di Kota Pekabaru,” *JOM FEB* 7, No. 2, (2020): 6. Diakses pada 26 Agustus 2021,

- <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFEKON/article/download/30456/29336>.
- Devita, Vivin Dian dkk. “Pengguna Aktif Bulanan Aplikasi E-Commerce di Indonesia dan Asia Tenggara,” Iprice, Diakses pada 19 Maret 2021.
- Dwi, Martini “perdagangan Elektronik (Ecommerce) dalam Perspektif Islam” IJTIHAD 8, No. 2, (2014):213, Diakses pada 20 Agustus 2021, DOI: <http://dx.doi.org/10.21111/ijthead.v8i2.2525>.
- Farki, Ahmad dkk. “Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia,” JURNAL TEKNIK ITS 5, No. 2 (2016) : 614-619.
- Ghozali, Imam *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam IBM SPSS 21*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013)
- Gunawan, Ce *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition Buku Untuk Orang Yang (Merasa) Tidak Bisa Dan Tidak Suka Statistika*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020) 109-114,
https://www.google.co.id/books/edition/Mahir_Menguasai_SPSS_Panduan_Praktis_Men/babXDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=uji+asumsi+klasik&printsec=frontcover
- Harli, Izzatul Islami, Ali Mutasowifin, Syaefudin Andrianto, “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, No. 4, (2021)
- Haroen, Nasrun, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007,)
- Hasrul, Aditya Farhan dkk. “Analisis Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap Minat Beli Produk Elektronik Di Tokopedia,” Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi 2, No. 1 (2021): 1356. Diakses pada 29 September 2021,
<https://conference.upnvj.ac.id/index.php/korelasi/article/view/1155/857>
- <http://ejurnal.its.ac.id/index.php/teknik/article/viewFile/19671/2853>
- <https://books.google.co.id/books?id=uyzFqdwTGxAC&dq=regresi+berganda+dan+sederhana&hl=id&sitesec=reviews>.
- <https://careers.shopee.co.id/about>
- <https://core.ac.uk/download/pdf/299924077.pdf>.
- <https://iprice.co.id/trend/insights/pengguna-aktif-bulanan-aplikasi-e-commerce-di-indonesia-dan-asia-tenggara/>
- <https://publikasiilmiah.ums.ac.id/handle/11617/4729>.

- Humaria, Aulian dan Lili Adi Wibowo, “ Analisis Faktor Elektronik Word Of Mouth (EWOM) dalam Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan ,“ *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal* VI, No. 2, (2016): 1050, Diakses pada 4 Mei, 2021,
<https://pdfs.semanticscholar.org/c9d4/28f75d6604644d43e091d5c8900a19492f23.pdf>
- Ichsan, Masyita “ Pengaruh Customer Rating and Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia Di Wilayah DKI Jakarta,” *E-Proceeding Of Management* 5, No.2. (2018)
- Ilmiya, Khafidatul dan Indra Krishnawan, “Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee di Mojokerto”, *Jurnal Manajemen* 6, No. 1 (2020): 31-42, Diakses pada 19 juli, 2021, <http://www.maker.ac.id/index.php/maker>.
- Indonesia akan Jadi Pemain Ekonomi Terbesar di Asia Tenggara,” *Kominfo*, Diakses pada 18 Maret 2021.
https://www.kominfo.go.id/content/detail/6441/indonesia-akan-jadi-pemain-ekonomi-digital-terbesar-di-asia-tenggara/0/berita_satker
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen* (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2002)
- Istiqomah dan Novi, “ Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion” *Jurnal Manajemen* 12, No. 2 (2020)
- Japarianto, Edwin dan Stephanie Adelia, “Pengaruh Tampilan Web dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee,” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 14, No. 1, (2020): 35-36. DOI: <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35-43>
- Julianti dan Yulfita Aini, “Pengaruh Online Costumer Review dan Online Costumer Rating terhadap Keputusan Pembelian Online Marketplace(Studi Mahasiswa Universitas Pasir Pengaraian),” *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos* 8, No. 1, (2019)
- Kamila, Korina Tasya dkk. “Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan pembelian (Survey Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya TA 2015/2016-2018/2019 Yang Pernah Membeli Dan Menggunakan Xiaomi Smartphone),” *Jurnal Administrasi Bisnis* 72, No. 1, (2019) : 202-211, Diakses pada 26 Maret, 2021,

- Kamila, Tasya, “Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya TA 2015/2016- 2018/2019 Yang Pernah Membeli dan Menggunakan Xiaomi Smartphone)”
- Kazmier, Leonard J, Statistik Untuk Bisnis, terj. P.A. Lestari (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2005), 118. Diakses pada, 20 September 2022.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran, 13 Jilid 1 (Jakarta: Erlangga, 2008)
- Kurniati, Annisa Dwi “ Trasaksi E-Commerce Dalam Perspektif Islam,” el Barka 2, No. 1, (2019): 105, Diakses pada 20 Agustus 2021, DOI: <https://doi.org/10.21154/elbarka.v2i1.1662>
- Kuswanto, Resista Vikaliana, “Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Toko Emershop di Tokopedia. com),” Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium 6, No. 2, (2020): 198-122. DOI: https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v6i2.431
- Lackermair , Georg “Importance of Online Product Reviews from a Consumer’s Perspective,” Advances in Economics and Business 1, No. 1, (2013): 1-5, diakses pada 30 juni 2021, DOI: 10.13189/aeb.2013.010101, https://translate.googleusercontent.com/translate_c?hl=id&sl=en&tl=id&prev=search&u=https://www.hrpub.org/download/201307/aeb.2013.010101.pdf&usg=ALkJrhik0-ZwamSKkjOrl0Bs5sRF46S6PA.
- Latief , Fitriani dan Nirwana Ayustira, “Pengaruh Online Costumer Review dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla,” Jurnal Mirai Management 6, No. 1, (2020) 141, Diakses pada 29 Maret 2021. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/696>.
- Mahyarni, “Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku),” Jurnal el-riyadah 4, No. 1, (2013)
- Maharani, Nina, “Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Iphone di Bandung”,Jurnal Manajemen dan Bisnis (Performa) 7, no.1 (2015) : 66. Diakses pada 29 September 2021, <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/performa/article/download/3043/1904>
- Mardani, *Fiqih Ekonomi Syariah: Fiqih Muamalah Edisi Pertama*, (Jakarta: Kencana, 2012)102-103. https://www.google.co.id/books/edition/Fiqh_Ekonomi_Syariah/

- ncDvDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=akad+jual+beli+dalam+islam+Bai%E2%80%99as-salam&printsec=frontcover.
- Melati, Riska Sari dan Renny Dwijayanti, “Pengaruh Harga dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Surabaya),” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 8, No. 2, (2020): 885, Diakses pada 31 Agustus 2021, <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/35693>
- Mulyana, Sri judul “Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee di Pekanbaru”, *Jurnal Daya Saing* 7, No. 2, (2021): 187-195. Diakses pada 13 September 2021, DOI: <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v7i2.665>
- Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif kontemporer pada Motif, Tujuan, dan keinginan konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2003)
- Periamsyah, Subhan, and Azhar Syahab, *Analisis Sistem E-Commerce Pada Perusahaan Marketplace Mobile Shopee Indonesia*, Seminar Nasional Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi, (2018)
- PERILAKU PEMBELIAN MELALUI INTERNET | *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* (petra.ac.id).
- Permadi, dkk, *Bisnis UMKM Di Tengah Pandemi*, (Surabaya: PT. Unitomo Press, 2020)
- Peta E-Commerce Indonesia,” *Iprice Insights*, 09 Februari 2021. Diakses pada 19 Maret 2021. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Pratiwi Arbani, dkk. “Pengaruh Customer Online Rating dan Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace Tokopedia,” *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 7, no. 1 (2020): 25-33, Diakses pada 13 juli, 2021, <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm/article/view/3897/2202>.
- Priangga, Ilham dan Fansuri Munawar, “Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Lazada (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Bandung)”, *jurnal manajemen bisnis dan ekonomi* 19, No. 2, (2021)
- Priyatno, Duwi *SPSS 22 : Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta : CV Andi Offset, 2014), 89
- Purnomo, Rochmat Aldy *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*, Edisi 2, (Ponorojo: CV. Wade Group, 2017), 79.

- Putra, Surya Aditya Widya dan Sri Vandayuli Riorin, "Pengaruh Online Reviews Terhadap Online Hotel Booking Intentions Pada Online Travel Agent Lokal," Seminar Nasional Cendekiawan, (2016): 27.2. Diakses pada 1 September 2021, DOI: <http://dx.doi.org/10.25105/semnas.v0i0.911>
- Putri, Latifa dan Harimukti Wandebori, "Factors Influencing Cosmetics Purchase Intention In Indonesia Based On Online Review," ICEBESS, (2016): 257-258, Diakses pada 31 Agustus 2021, <https://eprints.uny.ac.id/41793/>
- Putri, Nur Afifah Rosnadia dan Sri Setyo Iriani, "Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian di Shopee," Jurnal Komunika 8, No. 2, (2019):69-77. Diakses pada 9 September 2021, DOI: 10.31504/komunika.v8i2.2391.
- Raharjo, Budi E-commerce Indonesia, Peluang dan Tantangan, (Jakarta: Universitas Widyatama, 2003)
- Rahayu, Suharni dan Joko Haryanto, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Majalah Media Asuransi (Studi Kasus: PT. Media Asuransi Indonesia)," Jurnal Pemasaran Kompetitif 1, No. 1, (2017) : 67, Diakses pada : 31 Juni 2021, <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK/article/viewFile/674/549>.
- Ramadhani, Tiara dan Vicky F Sanjaya, "Pengaruh Rating Dan Online Consumer Review Terhadap Minat Beli engan Kepercayaan Sebagai Pemediasi Pada Marketplaceshoopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)," Jurnal Manajemen Bisnis Islam 2, No. 2 (2021): 157.
- Ridwan, Muhammad and dkk, —Keputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Lazada Di Medan), J-EBIS 3, no. 2 (2018)
- Romundang, Astri and dkk, Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen (Yayasan Kita Menulis, 2020)
- rukajat, Ajat *Pendekatan Penelitian Kuantitatif* , (Yogyakarta : Deepublish, 2018), 86.
[https://www.google.co.id/books/edition/Pendekatan_Penelitian_Kuantitatif_Quant/1pWEDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Arikunto+%E2%80%9CProsedur+Penelitian+Suatu+Pendekatan+Praktek%E2%80%9D+\(Jakarta:+Rineka+Cipta+2005\)&pg=PA157&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Pendekatan_Penelitian_Kuantitatif_Quant/1pWEDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Arikunto+%E2%80%9CProsedur+Penelitian+Suatu+Pendekatan+Praktek%E2%80%9D+(Jakarta:+Rineka+Cipta+2005)&pg=PA157&printsec=frontcover).
- Santoso, Singgih, Mahir Statistik Parametrik, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2019).

- Santoso, Sugeng “ Sistem Transaksi E–Commerce Dalam Perspektif KUH Perdata Dan Hukum Islam,“ AHKAM 4, No. 2, (2016) : 221, diakses pada 17 agustus 2021, <https://media.neliti.com/media/publications/178292-ID-none.pdf>
- Sanusi, Anwar, *Metodologi Penelitian Bisnis Disertai Contoh Proposal Penelitian Bidang Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, (Jakarta : Salemba Empat, 2017).
- Saputra, Rico dan Hatane Samuel, “Analisa Pengaruh Motivasi, Persepsi, Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia di Sidoarjo”, *Jurnal Manajemen Pemasaran* 1, No. 1, (2013).
- Saputra, Septa Adi dan Mohamad Nur Singgih, “Pengaruh Rating di Aplikasi Tokopedia dan Bukalapak, Jumlah Followers Instagram dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Membeli,” *Manajemen Business Review* 3, No. 2, (2019): 124-132. Diakses pada 21 september 2021, DOI : 10.21067/mbr.v3i2.4734.
- Sari, Funkiya dan Edriana Pangestuti, “Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung (Studi Pada Wisata Coban Rais BKPH Pujon), ” *Jurnal Administrasi Bisnis* 54, No.1, (2018): 191, Diakses pada 4 Mei, 2021, <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2231>.
- Sarmis, Novita, “*Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian Konsumen Pada Desa Sialang Jaya,*” *Cano Ekonomos* 1, No. 1 (2020)
- Siaran Pers : Pengguna Internet Indonesia Hampir Tembus 200 Juta di 2019-Q2 2020,” Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 9 November, 2020, Diakses pada 25 Maret, 2021, [https://blog.apjii.or.id/index.php/2020/11/09/siaran-pers-pengguna-internet-indonesia-hampir-tembus-200-juta-di-2019-q2-2020/#:~:text=JAKARTA%20%E2%80%93%20Senin%2C%209%20November%202020,\(9%2F11\)%20siang.&text=Jumlah%20ini%20setara%20196%2C7,9%20juta%20berdasarkan%20data%20OBPS](https://blog.apjii.or.id/index.php/2020/11/09/siaran-pers-pengguna-internet-indonesia-hampir-tembus-200-juta-di-2019-q2-2020/#:~:text=JAKARTA%20%E2%80%93%20Senin%2C%209%20November%202020,(9%2F11)%20siang.&text=Jumlah%20ini%20setara%20196%2C7,9%20juta%20berdasarkan%20data%20OBPS).
- Siregar, Syofian, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi Perbandingan Perhitungan-perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta :Bumi Aksara, 2014).
- Sudaryo, Yoyo dkk. “ Metode Penelitian Survei Online Dengan Google forms,” (Yogyakarta: ANDI, 2019), 65.

- https://www.google.co.id/books/edition/Metode_Penelitian_Survei_Online_dengan_G/u7ChDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=metode+survei&pg=PA65&printsec=frontcover.
- Sudjatmika, Fransiska Vania, “Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia.com, ” AGORA 5, No. 1, (2017), Diakses pada 13 April, 2021, <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/5227>.
- Sufren, dan Yonathan Natanael, Belajar Otodidak SPSS Pasti Bisa, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2014), 67, diakses pada 21 novembert 2022, <https://books.google.co.id/books?id=meBMDwAAQBAJ&hl=id&sitesec=reviews>
- Sugiono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.
- Suhendi, Hendi *Fiqih Muamalat: Membahas Ekonomi Islam, Kedudukan Harta, Hak Milik, Jual Beli, Bunga Bank dan Riba, Musyarakah, Ijarah, Koperasi, Asuransi, Etika Bisnis dll*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005)
- Sujarweni, V. Wiratna *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2015)
- Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta :CV Andi Offset, 2009).
- Surajiyo, dkk., Penelitian Sumber Daya Manusia, Pengertian, Teori Dan Aplikasi (Menggunakan Ibm Spss 22 For Windows), (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 77. Diakses pada, 17 Maret 2021 <https://books.google.co.id/books?id=ZUkQEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id>
- Swasta, Basu dan Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: BPFE, 2000)
- Taniredja, Tukiran, “ *Penelitian Kuantitatif Sebuah Pengantar* “ (Bandung : Alfabeta, 2011)
- Umar, Husen *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta :Gramedia Pustaka Utama, 2002).
- Usman, Husaini “*Pengantar Statistika*” (Jakarta : PT Bumi Aksara Cetakan Ke 2, 2008)
- Utami, Vania Karunia, dkk. “Analisa Faktor Yang Penting Dari Dimensi Electronic Word Of Mouth (Ewom) Bagi Konsumen Dalam Memilih Hotel Di Situs Online Travel Agent (Ota), Jurnal Manajemen Pemasaran 9, No. 2, (2015): 79, <https://jurnalpemasaran.petra.ac.id/index.php/mar/article/view/19642/18985>

- Utomo, Eko Priyo *Meraup Kekayaan Lewat Internet dengan Toko Online*, (Jakarta: PT Buku Kita 2005)
- W. Gulo, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Grasindo, 2010)
- Wahab, Pratiwi Arbaini, Zakaria, dan Marlina Widiyanti, “Pengaruh Consumer Online Rating Dan Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace Tokopedia,” *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 7, No. 1, (2020)
- Wahyudi, Taesar, Baiq Handayani, and Sulaeman Sarmo, “Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen Remaja Kota Mataram Pada Pembelian Produk Fashion Shopee Online Shop,” *Jurnal Riset Manajemen* 19, No. 1 (2019).
- Widianto, Ibnu dan Sri Lestari Prasilowati, “*Perilaku Pembelian Melalui Internet*,” *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 17, No. 2, (2015) : 111, Diakses pada 22 Maret, 2021,
- Wijaya, Tommi dan Eristia Lidia Paramita, “*Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian Kamera DSLR*,” *Research Methods And Organizational Studies* (2014) : 12-19, Diakses pada 25 Maret, 2021.
- Yulianto, Edy, *Bisnis Online dan Ecommerce*, (Malang: Inteligencia Media, 2020) .
- Yustiani, Rini and Rio Yunanto,”Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi,” *Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika* 6, no. 2 (2017) .
- Zamzamy, Muhammad Abdulah dkk. Pengaruh Harga, Reputasi Vendor Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia (Studi Kasus Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang), *E- Jurnal Riset Manajemen prodi Manajemen* 10, (2021): 12-22. Diakses pada 13 September 2021, <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/10685/8415>