

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Willy dan Hartono Jogyanto. 2015. *Partial Least Square (PLS)-Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Agung, Benny. 2020. "Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tokopedia Pada Mahasiswa Febi Uin Raden Fatah Palembang." 21(1):1-9.
- Algifari. 2000. *Analisis Regresi: Teori, Kasus Dan Solusi*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Anas Sudijono, Pengantar Statistik Pendidikan (Depok: Raja Grafindo Persada, 2014) 274
- Auliya, Zakky Fahma, Moh Rifqi, Khairul Umam, and Septi Kurnia Prastiwi. 2017. "Online Customer Review (OTRs) Dan Rating Kekuatan Baru Pada Pemasaran Online Di Indonesia." 89-98.
- Cahyono, Tri. 2018. *Statistika Terapan & Indikator Kesehatan*. Deepublish.
- Damayanti, R. S. 2019. "Pengaruh Online Customer Review and Rating, E-Service Quality Dan Price Terhadap Minat Beli Pada Online Marketplace." *UMMagelang Conference Series*.
- Danang. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Daulay, Nuraini. 2019. "Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee ." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 1-11.
- Dermawan, Deni. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pipih Lati. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Dolet, Dominikus. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Unika Atma Jaya.

- Donni. 2017. *Pemasaran Terpadu: Pada Era Media Sosial*. Bandung: Pustaka Setia.
- Farki, Ahmad, Imam Baihaqi, and Mulia Wibawa. 2016. "Pengaruh Online Customer Review Rating Terhadap Kepercayaan Place Di Indonesia." 5(2).
- Harinaldi. 2005. *Prinsip-Prinsip Statistik Untuk Teknik Dan Sains*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Hery, Agung. 2010. "Harga Saham Pada Perusahaan Go Public Di Bursa Efek Indonesia."
- Ichsan, Masyita, Helni Mutiarsih Jumhur, M. Hum, and Soeparwoto Dharmoputra. 2018. "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):1828–35.
- Iprice.co.id. 2021. "Peta E-Commerce Indonesia." Retrieved June 21, 2020 (<https://www.google.com/amp/s/iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>).
- John, Ristiyanti dan. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kesuma, Yeyen. 2012. "Analisis Perbedaan Kinerja Keuangan Antara Industri Perbankan Dengan Asuransi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia." *Jurnal Akuntansi Manajemen* 1(1):1–65.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Erlangga.
- Mubarok, Ilham. 2019. "Apa Itu Marketplace? Pengertian, Jenis, Dan Contohnya." Retrieved July 12, 2020 (<https://www.niagahoster.co.id/blog/marketplace-adalah/>).
- Rita. 2018. "Purchase Decision." Retrieved June 20, 2020 (<https://bbs.binus.ac.id/gbm/2018/09/26/purchase-decision/>).

- Sarwandi. 2016. *Toko Online Modern Dengan Open Cart*. Jakarta: PT Elek Media Komputindo.
- Sasanadigital.com. 2019. "10 Marketplace Dengan Jumlah Pengunjung Terbanyak Di Indonesia." *Sasanadigital.Com*. Retrieved June 20, 2020 (<https://sasanadigital.com/pilih-marketplace-atau-toko-online-sendiri-pahami-dulu-perbedaannya/>).
- Septi Nur Megawat, Nana. 2018. "Pengaruh Online Customer Review Dan Online Rating Terhadap Minat Pembelian Pada Online (Studi Kasus : Pelanggan Online Shop Lazada Pada Feb Unila)." *Universitas Lampung*.
- sis.binus.ac.id. 2016. "Penggunaan TAM (Technology Acceptance Model) Untuk Keperluan Penelitian." Retrieved September 13, 2020 (<https://sis.binus.ac.id/2016/12/13/penggunaan-tam-technology-acceptance-model-untuk-keperluan-penelitian/>).
- Sri putri ningsih, Eliska. 2019. "Pengaruh Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Marketplace Shopee." *Skripsi* 126(1):1-7.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta CV.
- Sumarwan, Ujang. 2014. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suryani, *Perilaku Konsumen Di Era Internet*, 2013,,Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tafsirweb.com. 2013a. "Qur'an Surat Al Baqarah Ayat 275." Retrieved August 10, 2020 (<https://tafsirweb.com/1041-quran-surat-al-baqarah-ayat-275.html>).
- Tafsirweb.com. 2013b. "Qur'an Surat An Nisa Ayat 29." Retrieved August 10, 2020 (<https://tafsirweb.com/1561-quran-surat-an-nisa-ayat-29.html>).
- Turban, Efraim. 2010. *Electronic Commerce*. Yogyakarta: Percetakan Andi.

- Tussafinah, Hima. 2013. "Pengaruh Rating Dan Ulasan, Jaminan 100% Pengembalian Dan Layanan Cod Atau Bayar Di Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Lazada." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9):1689–99.
- Vania, Fransiska Sudjatkika. 2017. "Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.Com." *Agora* 5(1):1–7.
- Wardoyo, W., and Intan Andini. 2017. "Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma." *Jurnal Manajemen DayaSaing* 19(1):12. doi: 10.23917/dayasaing.v19i1.5101.
- Wiratna. 2015. *Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- <https://www.nesabamedia.com/apa-itu-tokopedia/>
- <https://www.infomudah.com/>
- <https://id.linkedin.com/company/pt--tokopedia>
- <https://careers.shopee.co.id/about>