

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Lidya, dkk. "Online Review: Indikator Penilaian Kredibilitas Online Dalam Platform E-Commerce." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 15, no. 2 (2018): 145.
- Arbaini, Pratiwi, dkk. "Pengaruh Consumer Online Rating dan Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace Tokopedia." *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 2, no. 1 (2020): 26.
- Auliya, Zakky Fahma, dkk. "Online Costumer Review (OTRs) dan Rating: Kekuatan Baru Pada Pemasaran Online Di Indonesia." *Jurnal EBBANK* 8, no. 1 (2017): 92.
- Azizi, Ferdian, Yateno. "Pengaruh Kualitas Produk, Diskon, dan Tagline "Gratis Ongkir" Terhadap Keputusan Pembelian Pada Market Place Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB, Universitas Muhammadiyah Metro)." *Jurnal Manajemen Diversifikasi* 1, no. 2 (2021): 261.
- Farki, Ahmad, dkk. "Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian Pada Online Marketplace Di Indonesia." *Jurnal Teknis ITS* 5, no. 2 (2016): 615.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2005.
- Hamdi, Asep Saepul. *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*. Yogyakarta. Deepublish. 2014.
- Haniscara, Noky Ananda dan Saino. "Pengaruh Online Customer Review dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Marketplace Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening: Studi Pada Generasi Muda Surabaya." *Jurnal Sains Sosio Humaniora* 5, no. 1 (2021): 534.
- Hariyanto, Halila Titin dan Lantip Trisumarno. " Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Star Seller Terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian Pada Toko Online Di Shopee." *Jurnal Teknik ITS* 9, no. 2 (2020): 234.
- Harli, Izzatul Islami, dkk. "Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Minat Beli Produk Kesehatan pada E-Marketplace Shopee Selama Masa Pandemi COVID-19." *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* 04, No. 04 (2021): 562.

- Helianthusonfri, Jefferly. *77 Cara Dahsyat Meledakkan Omzet Toko Online*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo. 2014.
- Himayati. *Explorasi Zahir Accounting*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo. 2008
- Ichsan, Masyita, dkk. "Pengaruh Customer Rating And Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia Di Wilayah Dki Jakarta." *Proceeding Of Management* 5, No. 2 (2018): 2
- Kamila, Korina Tasya, dkk. "Pengaruh Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya TA 2015/2016 – 2018/2019 Yang Pernah Membeli Dan Menggunakan Xiomy Smarphone)." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 72, no. 1 (2019): 204.
- Kasmi dan Adi Nurdian Candra. "Penerapan E-Commerce Berbasis Business To Consumer Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Makanan Ringan Khas Pringsewu." *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara* Vol. 12, no. 2 (2017): 110.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*, terj. Bob Sabran. Jakarta: Erlangga. 2008.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Terj. Bob Sabran. Jakarta: Erlangga. 2009.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks. 2009.
- Krug, Steve. *Don't Make Me Think!, Panduan Praktis Membangun Web Yang Logis*. Jakarta: Pt. Serambi Ilmu Semest. 2013.
- M. Chaidir, dkk. "Pengaruh Tagline Iklan Yamaha "Semakin di Depan" Terhadap Kesadaran Merek pada Masyarakat Kecamatan Samarinda Ulu di Kota Samarinda." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 6, no. 1 (2018): 394.
- Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: Rajawali Pers. 2011.
- Masrukhin. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Kudus: STAIN Kudus. 2009.
- 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 (JTPN)* 8, no. 2 (2020): 882.
- Miftah, A.A. dan Ambok Pangiuk. *Pemberdayaan Ekonomi dan Bisnis Islam Muslim Jambi Dalam Perspektif Wirausaha*. Malang: Ahlimedia Press. 2020

- Mulyati, Yofina dan Grace Gesitera. "Pengaruh Online Customer Review Terhadap Purchase Intention Dengan Trust Sebagai Intervening Pada Toko Online Buka Lapak Di Kota Padang." *Jurnal Maksipreneur* 9, no. 2 (2020): 179.
- Nianggolan, Nana Triapnita, dkk. *Perilaku Konsumen Di Era Digital*. Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Purnomo, Albert Kurniawan. *Pengolahan riset ekonomi jadi mudah dengan IBM SPSS*. Surabaya: Jakad Publishing Surabaya, 2019.
- Putra, Eko. "Pengaruh Promosi Melalui Sosial Media dan Review Produk Pada Marketplace Shopee Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa STIE Pasaman)." *Jurnal Apresiasi Ekonomi* 8, no. 3 (2020): 468.
- Ratminto, dkk. *Pelayanan Prima : Pedoman Penerapan Momen Kritis Pelayanan Dari A Sampai Z*. Yogyakarta: Gadjah Madah University. 2017.
- Rerung, Rinto Rante. *E-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Deepublish. 2018.
- Roykhanah, Siti. "Pengaruh Tagline Shopee Terhadap keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya" (Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018), 37.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi. 2013.
- Santika, Widya. "Analisis Kualitas Layanan Dengan Menggunakan E-Service Quality Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shopee Studi Kasus: Pelanggan Shopee Di Kota Bandung 2017." *Ikraith-Humaniora* 2, no. 2 (2018): 70.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif Tujuan dan Keinginan Konsumen Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana. 2010
- Sianipar, Frederick Alvi Herzegovino dan Yoestini. " Analisis Pengaruh Customer Review dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produkdi Online Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Tokopedia Di Kota Semarang)." *Diponegoro Journal Of Management* 10, no. 4 (2021): 1.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuanlitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2009.

- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2016.
- Sujarmi, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru. 2015.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2014
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran Edisi 2*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2011.
- Sunyoto, Danang. *Metode Penelitian Akuntansi*. Bandung: Ferka Aditama. 2013.
- Supardi. *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press. 2005.
- Swasta, Basu dan Hani Handoko. *Manajemen Pemasaran: Analisa Dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta:BPFE. 2000.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi Offset. 2008.
- William, dan Heru Wijayanto Aripadono. “Faktor Keputusan Pembelian Konsumen Online Marketplace Indonesia.” *TEKNIKA* 9, no. 1 (2020): 50.
- Yasid. “Perilaku Konsumen : Perspektif Konvensional dan Perspektif Islam.” *EKBISI* Vol. 7, No. 2 (2013): 194.
- Zubaidah, Cut Tuleut. “Pengaruh Tagline #Thinkpink Terhadap Brand Association Bright Gas 5,5 Kg Di Jabodetabek.” *WACANA* 17, No. 1 (2018), 3.
- Al-Quran, Surat Al-Hujurat ayat 6, <https://quran.kemenag.go.id/>
- “Peta E-Commerce Indonesia”, iprice insights, 13 Desember, 2021, <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Shopee perusahaan perdagangan elektronik asal Singapura,” diakses pada 14 Juni 2022, <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Shopee>
- Hermawan Riyadi, “Apa itu shopee? Keunggulan apa saja yang dimiliki shopee?,” diakses pada 14 Juni 2022, <https://www.nesabamedia.com/apa-itu-shopee/>