

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Abdullah, Thamrindan Francis Tantri. 2018. *ManajemenPemasaran*. Jakarta: PT RajagrafindoPersada
- Alma, Buchari. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Ananda, Azka Faranisa dan Harimukti Wandebori. 2016. *The Impact of Drugstore*
- Assauri, S. (2017), *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Danang Suntoyo. 2017. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta.
- Dr. Riduwan. 2018. *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Donni Juni Priansa. 2017. *Perilaku Konsumen: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: CV Alfabeta
- Fayol Henry, 2017. *Manajemen (Fungsi dan Ilmu Manajemen)*.
- Ghozali, I. (2016) *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.Global. Yogyakarta: Indomedia Pustaka.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*.Edisi 9. Universitas Dipenoero: Semarang
- Hasibuan, Malayu. 2017. *Manajemen (Dasar, Pengertian dan Masalah)*. Jakarta: Bumi Aksara
- Junai Al Fian. (2016). *Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya*.
- Schiffman, & Kanuk, (2015). *Consumer Behavior, 11th Edition*. Global Edition.
- Kartajaya, Hermawan. 2016. *Marketing In Venus*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2018. *Principle Of Marketing, 17th edition*. New Jersey : Pearson Prentice Hall

Laudon, K., & Traver, C. G. 2017. E-commerce 2016. Harlow: Pearson Education

Malau, Harman. 2017. Manajemen Pemasaran. Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global. Bandung : Alfabeta.

Rintho, Rante Rerung., 2018, E-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi. Yogyakarta : Deepublish

Santosa, P. I. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif.

Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi. Yogyakarta: ANDI

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta

Zhao, Xinyuan, Liang Wang, Xiao Guo, and Rob Law (2015). The influence of online reviews to online hotel booking intentions.

Jurnal :

Aditya Farhan Hasrul , Suharyati , Rosali Sembiring Analisis Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Minat Beli Produk Elektronik di Tokopedia. Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi Volume 2, 2021 hlm. 1352-1365

Budi Prasetyo Egys Fazarriyawan Analisa Faktor – Faktor E-Commerce dalam membentuk Customer Satisfaction Millennial Bukalapak. Volume 4 Nomor 1, Februari 2020 e-ISSN : 2548-9224 p-ISSN : 2548-7507

Chaffey, D. F. E.-C. (2016). Digital Marketing Strategy, Implementation and Practice Sixth Edition. In Journal of Chemical Information and Modeling (Vol. 53, Issue 9).

Chriswardana Bayu Dewa S.E.,M.M., Lina Ayu Safitri S.E.,M.M Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan OVO pada masa Physical Distancing. Vol.3, No. 1 (2020): June, pp. 24-32

Dede Solihin, Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. Vol.4 No.1 Juni 2020 (38-51)

Díaz, M. R., & Rodríguez, T. F. E. (2017). Determining the reliability and validity of online reputation databases for lodging: Booking. com,

- TripAdvisor, and HolidayCheck. *Journal of Vacation Marketing*, XX(X), 1-14.
- Fauzi Baisyir, M. Q. (2021). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan. *Journal of management Review*, 1. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/managementreview/article/view/5137>
- Filieri, R., 2017. What makes online reviews helpful? A diagnosticity-adoption framework to explain informational and normative influences in e-WOM. *Journal of Business Research*, 68(6), pp.1261–1270.
- Halila Titin Hariyanto, Lantip Trisunarno 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 Vol. 9, No. 2, (2020) ISSN: 2337-3539 (2301-9271)*
- Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 58 No. 1 Mei 2018*
- Khan, F., & Mehmood, A. (2018). *Purchase Intentions Drivers Fr Private Label Brands In Pakistan*. 20(2), 298-317
- Lesmono, I. D. (2016). Pengaruh Penggunaan E-commerce bagi pengembangan usaha kecil menengah (UKM) dengan pendekatan Technology Acceptance Model. *Evolusi*, 3 (1).
- Mo, Z., Li, Y. & Fan, P., 2017. Effect of Online Reviews on Consumer Purchase Behavior. *Journal of Service Science and Management*, 8(June), pp.419–424.
- Nuria Huete-Alcocer dan Front Psychol (2017), “A Literature Review of Word of Mouth and Electronic Word of Mouth: Implications for Consumer Behavior”, Published online 2017 Jul 25. doi: 10.3389/fpsyg.2017.01256
- Novita Sarmis, Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Dan Minat Beli Konsumen pada Desa Sialang Jaya. Vol.9, No.1 (2020)
- Nur Megawati, N. S. (2019). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Pembelian Pada Online Shop (Studi Kasus : Pelanggan Online Shop Lazada Pada Mahasiswa FEB UNILA).
- Saipulloh Fauzi , Lia Febria Lina, Peran Foto Produk, Online Customer Review, Online Customer Rating pada Minat Beli Konsumen di E-Commerce Volume 2 No.1 Februari 2021 e-ISSN : 2721-9062 p-ISSN : 2716-4152
- Sutanto, Monica Adhelia dan Atik Aprianingsih, 2016. *The Effect of Online Customer Review toward Purchase Intention : A Study in*

Premium Cosmetic in Indonesia. Journal International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science.

Yasmin, A., Tasneem, S. & Fatema, K., 2016. Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age: An Empirical Study. *International Journal of Management Science and Business Administration* Vol, 1(2), pp.69–80. Available at: <http://researchleap.com/category/international>

Skripsi :

Dwi Sanda Rahayu (2020) Pengaruh Online Customer Review (OCR) terhadap Kepercayaan dan dampaknya terhadap Minat Beli Film Bioskop pada Subscribers Channel Youtube Review Film Cine Crib

M. Benny Agung (2020) Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tokopedia pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang

RR Irish Reza Meidhiyanti (2020) Analisis Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, dan Online Customer Review and Rating Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee dengan Minat Beli Konsumen Sebagai Variabel Intervening.

Website :

www.databoks.katadata.co.id (Di akses pada 5 April 2021)

www.googleplaystore.com (Di akses pada 5 April 2021)

www.id.priceprice.com (Di akses pada 6 April 2021)

www.shopee.co.id (Diakses pada 6 April 2021)

www.validnews.id (Diakses pada 5 April 2021)