

## DAFTAR RUJUKAN

- Akbar, M. F. 2019. *The Influence of Product Quality and Price on Purchasing Decisions at Mitraindo South Tangerang Online Shop*. *Jurnal Ad'ministrare*, 6(2), 237-248.
- Alim, S. A., Mawardi, M. K., & Bafadhal, A. S. 2018. Pengaruh Persepsi Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim (Survei Pada Pelanggan Produk Zoya Muslim Di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 62(1), 127-134.
- Almana, A. M. & Abdulrahman, A. M. 2013. *The Impact of Electronic Word of Mouth on Consumers Purchasing Decisions. International Journal of Computer Applications*. Vol 82.
- Assauri, Sofjan. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Damayanti, R. S. 2019. Pengaruh *Online Customer Review and Rating, E-Service Quality dan Price* Terhadap Minat Beli Pada *Online Marketplace* Shopee (Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Magelang). *In UMMagelang Conference Series* (pp. 684-693).
- Dwijantoro, R., Dwi, B., & Syarief, N. 2022. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace* Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 63-76
- Fandi Tjiptono. 2001. *Kualitas Jasa: Pengukuran, Keterbatasan dan Implikasi Manajerial*, majalah Manajemen Usahawan Indonesia. Jakarta
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Iman. 2011. *''Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS''*. Semarang: Unversitas Diponegoro
- Iduozee, E. E. 2015. *The Credibility of Online Consumer Reviews. School of Management, UNIVERSITY OF TAMPERE*.
- Indotelko.com. 2021. Shopee gelar 3.3 *Fashion Sale*. <https://www.indotelko.com/read/1613821630/shopee-sale> (diakses 20 September 2021)

- Isfahila, A., & Fatimah, F. (2018). Pengaruh Harga, Desain, Serta Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2).
- Jalalkamali, M., Nikbin, D. 2010. *The Effects of Motivation on Purchase Decision, Interdisciplinary Journal of Contemporary Research Business. Vol. 2 No.8.*
- Julianti, Y. A. 2018. Pengaruh *Online Costumer Review* dan *Online Costumer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Online *Marketplace* (Studi Mahasiswa Universitas Pasir Pengaraian).
- Kanitra, A. R., & Kusumawati, A. 2018. Pengaruh *Country Of Origin* dan *Online Consumer Review* Terhadap *Trust* Dan Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 Tahun Akademik 2017/2018 Pembeli Produk Oppo Smartphon. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 61(1), 64-73.
- Kompas.com. 2021. Jumlah Pengguna Internet 2021 Tembus 202 Juta. <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta> (diakses 20 September 2021)
- Kotler, dan Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12, Jilid 1*. Erlangga, Jakarta.
- Kotler dan G. Amstrong. 2008. Dasar – Dasar Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran, Alih Bahasa Hendra Teguh, Ronny A. Rusli dan Benyamin Molan Jilid I, Edisi Milenium. Jakarta : Prehalindo
- Marketeers.com. 2018. Mengapa Shopee Jadi *E-Commerce* yang Paling Sering Diakses?.<https://marketeers.com/mengapa-shopee-jadi-e-commerce-yang-paling-sering-diakses/> (diakses 21 September 2021)
- Melati, R. S., & Dwijayanti, R. 2020. Pengaruh Harga dan *Online Consumer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pada *Marketplace* Shopee (Studi Pada Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(2)
- Mo, Z. L. Y. & Fan, P. 2015. *Effect of Onlie Reviws on Consumer Purchase Behavior. Journal of Service Science and Management*, 8(June), 419-424.
- Nasution, S. L. A., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada *E-Commerce* Shopee (Survei pada Mahasiswa S1

Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43-53.

Nuraeni, Y. S., & Irawati, D. 2021. *The Pengaruh Online Customer Review, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ubsi)*. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(4), 439-450.

Peter, P. J. & Olson, J. P. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Alih Bahasa: Diah Tantri Dwiandani. Jilid 1 Ed. 9. Jakarta: Salemba Empat.

Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati, R. 2018. Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor. *Kinerja*, 14(1), 16-23.

Purwanto, N. 2019. Pengaruh *Perceived Risk* dan *Online Costumer Review* Terhadap Keputusan Pembelian *Online* di Tokopedia (Studi Pada Konsumen Tokopedia di Kota Jombang). *Jurnal Eksekutif*, 16(2).

Putra, E. 2020. Pengaruh Promosi Melalui Sosial Media Dan *Review Produk* Pada *Marketplace* Shopee Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Stie Pasaman). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(3), 467-474.

Putra, R. D., & Setiawan, B. 2021. Pengaruh Promosi Melalui Sosial Media dan *Online Customer Reviews* Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 1(1), 31-42.

Rahmawati, S. I. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, *Online Consumer Review*, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online di Instagram (Study Empiris Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta) (*Doctoral dissertation*, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

Sangadji, E. M. dan S. 2013. *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Penerbit Salemba

Saputra, A. D. 2021. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan *Online Customer Review And Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia (Studi Kasus di Universitas Muhammadiyah Surakarta) (*Doctoral dissertation*, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

Setiadi, Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta

- Supangkat, A. H., & Supriyatin, S. 2017. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas Di Intako. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(9).
- Sutanto, Monica. A, dan Aprianingsih, A. 2016. "The Effect of Online Consumer Review Toward Purchase Intention: a Study in Premium Cosmetic in Indonesia". *Proceeding International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science*. 2016, 2528-617X
- Tjiptono, Fandy. 2012. Pemasaran Jasa. Jogjakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2015. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: CV Andi. Offset.
- Topbrandindex.co.id. 2021 diakses 6 Oktober 2021 dari <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>
- Wahid, Muhammad Agus. 2016. Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek dan Nilai Pelanggan (Studi Pada Pengguna Motor Matik Suzuki NEX FI). Skripsi, tidak dipublikasikan. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Wang, F., Liu, X. & Fang, E. (Er), 2015. *User Reviews Variance, Critic Reviews Variance, and Product Sales: An Exploration of Customer Breadth and Depth Effects*. *Journal of Retailing*, 91(3), pp.372–389. Available at: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0022435915000482>.
- Widya, C. A., & Riptiono, S. 2019. Pengaruh Online Consumer Review dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Consumer Trust Sebagai Intervening (Studi Pada Pengguna Instagram Di 1 Kecamatan Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 1(1), 76-84.
- Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. 2018. *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik*. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11-18.
- Yulianto, E. 2018. Pengaruh *Online Consumer Review* Oleh *Beauty Vlogger* Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2014 / 2015 Dan 2015 / 2016 Yang Membeli Dan Menggunakan Purbasari Matte Lipstick), 58(1), 1–9.