

DAFTAR PUSTAKA

- Agustine, Eva. 2019. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar. *Jurnal Manajemen*. 5. 2501-4434.
- Alma, Buchari,. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta. Hal
- Andrew, Julian., & Erdiansyah, Rezi. 2021. Analisis Pengaruh E-WOM, Online Review, dan Kualitas Informasi terhadap Minat Beli di Market Place Tokopedia. *Skripsi Univesitas Tarumanegara*.
- Bitner, Z. V. (2013). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*. Boston: McGraw Hill/Irwin.
- Damayanti, Riska Sri. (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). *Skripsi Universitas Muhammadiyah Magelang*
- D, R., & Mujiatun, S. (2021). The Appeal Of Advertising And Word Of Mouth To Online Shopping Interests On Shopee Application. *Internasional Journal Reglement & Society*, 2(1), 45–53.
- Elwalda, A., & Kingdom, U. (2016). The Impact of Online Customer Reviews (OCRs) on Customers ' Purchase Decision. *Journal of Customer Behaviour*, 44(0), 0–55.
- Farki, A., & dkk. (2016). Pengaruh online customer review dan rating terhadap kepercayaan dan minat pembelian pada online marketplace di indonesia. *Jurnal Teknik Its*, 5(2).
- Fauzi, S., & Lina, L. F. (2021). Peran Foto Produk, Online Customer Review, Online Customer Rating pada Minat Beli Konsumen Di E-Commerce. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1).
- Gesitera, G. (2020). Pengaruh online customer review terhadap purchase intention dengan trust sebagai intervening pada toko online bukalapak di kota padang. *Jurnal Maksipreneur*, 9(2), 173–194
- Hidayati, N. L. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 06(03), 77–84.

Kotler dan Keller. “*Manajemen Pemasaran*”. Jilid 1(2009). Hlm 6.

Latmawati, Yulna Dewita Hia, dan Rika Verawati.” Pengaruh harga, Kualitas Produk, dan Selera Konsumen Terhadap Pembelian ulang beras sipulau di Kerojongn 3 Pangian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening”. *Jurnal Wiga Vol. 4 maret 2014*

Li, N. and Zhang, P. (2002). *Consumer online shopping attitudes and behavior: an assessment of research*.

Mo, Z., Li, Y. & Fan, P. (2015). Effect of Online Reviews on Consumer Purchase Behavior. *Journal of Service Science and Management*. 8(June), pp.419–424

Paramita, E.L., & Wijaya, Tomi. (2014). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian Kamera Dslr. *Jurnal Ilmiah*, 2, 13.

Rinaja, Atma Fadna, dkk. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Word Of Mouth, And Price Consciousness Terhadap Minat Beli Di Shopee. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminstrasi dan Pelayanan Publik Universitas Bina Taruna Gorontalo*. 3. IX

Sari, Fauzi Purnama. 2021. Pengaruh *Online Customer Review Dan Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Online Di *E-Commerce* Pada Mahasiswa Umsu. *Skripsi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan*

Satya, Ratna Putri. 2020. Pengaruh Pesepsi Harga Tehadap Niat Beli Produk *Fashion Online* Pada Mahasiswa. *Skripsi Univesitas Sanatha Darma Yogyakarta*.

Shiffman, Leon G, dan Leslie L. Kanuk. 2000. *Consumer Behavior, Fifth edition, Prentice- Hall Inc.* New Jersey.Hlm. 67,

Silaningsih, E., & Utami, P. (2018). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Produk Olahan Makanan Ringan. *Jurnal Sosial Humaniora*, 9(2), 144.

Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2010.

Virawati, Eka. (2020). Pengaruh Store Image, Online Customer Review Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace

Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya). *Skripsi. UIN Sunan Ampel Surabaya*

Wibawa, B.M., dkk. (2016). Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*, 2, A165. Tersip di: <http://ejournal.its.ac.id/index.php/teknik/article/viewFile/19671/2853>

Zhou, Y. J. (2017). Impact Of E-Service Quality On Purchase Intention Through Mediator Perceived Value In Online Shopping. *Journal Of Information Engineering And Applications*, 7(8), 2224–5782

