

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Ismayani. (2019). *Metodologi penelitian* (Andi Ulfa Tenri, Ed.). Syiah Kuala University Press.
- Arbaini, P. (2020). *Jurnal Bisnis dan Manajemen PENGARUH CONSUMER ONLINE RATING DAN REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA MARKETPLACE TOKOPEDIA* (Vol. 7, Issue 1). <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm>
- Buchari Alma. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Danang, S. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Darmadi, H. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosia*. Alfabeta.
- Endraswara. (2006). *Metode, Teori, Teknik, Penelitian Kebudayaan: Ideologi, Epistemologi dan Aplikasi*. Pustaka Widyatama.
- Eqqi Syahputra. (2022, May). *Perang E-Commerce Shopee, Tokopedia & Lazada, Siapa Juaranya?* CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220605111737-37-344437/perang-e-commerce-shopee-tokopedia-lazada-siapa-juaranya>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : UNDIP.
- Goldsmith, , L ,S. W, & Bing Pan. (2008). *Electronic Word-Of-Mouth In Hospitality And Tourism Management. Department of Hospitality and Tourism Management* (Vol. 29). College of Business and Economics. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517707001343?via%3Dihub>
- Halila, & Lantip. (2020). *Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko Online di Shopee. vol 9(2)*.

- Hasan, M. I. (2002). *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Hennig-Thurau, Thorsten, Kevin P. Gwinner, Gianfranco Walsh, & Dwayne D. Gremler. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet? *Journal of Interactive Marketing, Vol 18(1)*, 38–52.
- Jalilvand, M. R., & Neda Samiei. (2012). *The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand image and Purchase Intention: Vol. Vol 30* (4th ed.). An empirical study in the automobile industry in Iran.
- Khammash. (2008). *Electronics Word-Of-Mouth:Antecedent of reading customer reviews in on-line opinion platforms*. ADIS International Conference.
- Kotler. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 jilid 1 dan 3*. Rajawali.
- Kotler, & Armstrong. (2012). *Principles of Marketing*. Prentice Hall.
- Latifa, P., & Harimukti, W. (2016). .Factors Influencing Cosmetic Purchase Intention In Indonesia Based On Online Review. *International Conference on Ethics of Bussines, Economic and Social Science*, 255–263.
- Lemeshow. (1997). *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Universitas Gajah Mada.
- Malhotra, N. (2010). *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan* (Edisi keempat). Jakarta :PT Indeks .
- Margono. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Rineka Cipta.
- Munandar. (2016). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Membeli Kopi Espresso*. volume 6(no 1), 1–9.
- Setiadi, & Nugroho. (2003). *Perilaku Konsumen*. Kencana .
- Shoope. (2022). *Shopee adalah platform belanja online terdepan di Asia Tenggara dan Taiwan*. Shoope. <https://careers.shopee.co.id/about>

Sidharta, I., Suzanto, B., Mardira Indonesia, S., & Pasundan Bandung, S. (n.d.). *PENGARUH KEPUASAN TRANSAKSI ONLINE SHOPPING DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP SIKAP SERTA PERILAKU KONSUMEN PADA E-COMMERCE.*

Silaen, S. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis.* Bogor: In Media.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D.* Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif.* CV Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Alfabeta.

Susanto, M. A., & Aprianingsih, A. (2016). *Pengaruh Tinjauan Konsumen Online Terhadap Seni Pembelian: Studi Dalam Kosmetik Premium Indonesia. Konferensi Internasional tentang Etika Bisnis, Ekonomi dan Ilmu Sosial.* Sekolah Bisnis dan Manajemen ITB.

Tri, H., Rangga, W., Tarigan, S., & Mukmin, A. A. (2021). *APLIKASI MARKETPLACE PENDAMPING WISATA DENGAN API MAPS BERBASIS MOBILE DAN WEB.*

Turban, & Efraim. (2010). *Electronic Commerce : A Managerial perspective.* Prentice Hall. New Jersey.

Turban, & King. (2012). *Electronic Commerce 2012: A Managerial and Social Network Perspective.* Pearson Education.

Wahyudi, T., Handayani, B. R., & Sarmo, S. (n.d.). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER RATING TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN REMAJA KOTA MATARAM PADA PEMBELIAN PRODUK FASHION SHOPEE ONLINE SHOP.*

Zhu, W. (2013). *The Reaction of International Stock Markets to Federal Reserve Policy. Finance Market Portfolio Management.* 27, 1–30.