

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung : Edisi revisi. CV. Alfabeta.
- Almana dan Mirza. 2013. *The Impact of electronic word of mouth on consumers purchasing intention. Journal of Computer Applications*, 82, 23-31.
- Budianto, Apri. 2015. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Cetakan pertama. Penerbit Ombak.
- Budianto, Apri. 2020. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Cetakan kedua. Penerbit Ombak
- Databoks Katadata. 10 e-commerce dengan pengunjung terbanyak kuartal I 2022. Tersedia di: <https://databoks.katadata.co.id/datapublis/2022/07/19/10e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2022>.
- Dzulqarnain, I. 2019. Pengaruh fitur *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee. In Repository Universitas Jember tersedia di: <http://resposstory.unej.ac.id>
- Efendi, Usman. 2014. Asas asas manajemen. Jakarta: cetakan kedua. PT. RajaGrafindo Persada
- Febtianti, A, T. 2022. Pengaruh *Online Costumer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Lip Product Emina Melalui Citra Merek. Skripsi pada Program Studi Manajemen FEB UIN. Di publikasi.
- Ghozali, imam. 2016. aplikasi analisis multivariate IBM SPSS 23. Semarang. Universitas ponorogo
- Handayani, F. 2022. Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Costumer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian (suatu studi pada toko online @kanayyshop di shopee). Skripsi pada Program Studi Manajemen FE UNIGAL. Tidak diterbitkan.
- Hani Handoko, T . 2014. Manajemen personalia dan sumber daya manusia. Yogyakarta : cetakan kedua. BPFE
- Hariyanto, H.T., Trisunarno, L., & Teknik, D. 2020. Analisis Pengaruh *Online Review*, *Online Costumer Rating*, dan Star Seller Terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian. 9 (2).
- Hidayat, T, M, & Utami, N, F. 2022. Pengaruh *Online Costumer Review* dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Pada Generasi Millenial Indonesia. 61 (9). 2355-9357. Diakses pada tanggal 19-12-2022.
- Ichsan, M., Jumhur, H. M., & Dharmoputra,. S. 2018. *Pengaruh Customer Online Rating and Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia di Wilayah DKI Jakarta. Proceedings of Manajemen*, 5 (2).

- Khaq, N, M. 2015. Pengaruh *Trust, Perceived Of Risk, dan Electronic Word Of mouth* Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Menggunakan E-Commerce (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta) Skripsi pada Program Studi Manajemen, FE, UNY. Diterbitkan.
- Kotler, P dan G Armstrong.2012. *Principles of Marketing*. Global edition : 14 Edition. Pearson education.
- Kotler, P dan Keller, K.L. 2012. Manajemen Pemasaran. Jakarta:Jilid 1 Edisi ke 12 .Erlangga
- Kumparan tech 2022. Tersedia di : <https://kumparan.com/kumparantech/survei-social-commerce-makin-diminati-86-masyarakat-belanja-melalui-medsos> 1yuQIZYCRn6 .
- Lackermair, G., D. Keller dan K. Kanmaz 2013. *Importance of Online Product Reviews from a consumer's perspective. Advances in Economics and Business*, Vol. 1, No.1 : 1-5.
- Lestari, B, F. 2020. Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shoppe di Kota Tegal. Skripsi pada Program Studi Manajemen FEB UPT. Tidak diterbitkan.
- M. A Sutanto, A Aprianingsih. 2016. Pengaruh *Review* Konsumen *Online* Terhadap Niat Beli (studi di kosmetik premium di Indonesia). *Jurnal international conference on ethic of bussines, economics, and social science*. ISSN: 2528-617X
- Maulana, W, M. 2019. Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Pada Toko Online Gifutohandicraft di Instagram). Skripsi pada Fakultas Psikologi UIN. Di publikasi.
- McKnight et al. 2004. *Shifting Factors and the Ineffectiveness of third party assurance Seats: A two- Stage Model of Initial Trust in a web Business. Special section: Globalization and Electronic Commerce*.
- Melayu S, P. Hasibuan. 2014. Manajemen sumber daya manusia. Jakarta : edisi revisi. Bumi aksara
- Mo, Zan, Yan Fei Li dan Peng Fan. 2015. *Effect of Online Reviews on Customer Purchase Behavior. Journal of Service Science and Manajemen: 8, 419-424*.
- NBRSCROP Bisnis Fashion Muslim di Era Commerce 2021. Tersedia di : <https://nbrscorp.co.id/news/prospek-bisnis-fashion-muslim-di-era-e-commerce-hingga-tahun-2025>
- Pavlou, P. A. 2010. *Customer Acceptance Of Electronic Commerce (itegrating trust and risk with the technology acceptance model)*. *International Journal of Electronic Commerce*. Vol.7 (3)

- Populix social commerce landskape Indonesia 2022. Tersedia di :
<https://info.populix.co/report/>.
- Priansa, D. J . 2017. Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. Bandung : Alfabeta.
- R. Terry, George dan Leslie W. Rue. 2010. Dasar- Dasar Manajemen. Jakarta : Bumi Aksara.
- Rahmawati S.A. Widiyanto. I. 2013. *Antecedent keputusan pembelian online*. *Journal of Management*. Ponogoro: 253-363.
- Said, Kabiru. A. 2017. Manajemen dan Teori Aplikasi. Bandung: Alfabeta
- Sugiarti, D. I. 2021. Pengaruh *Online Customer review* dan harga terhadap keputusan pembelian pada Toko Online Shoppe. *Jurnal Sosial dan Teknologi :(SOSTECH):1 (9)*, 954-962.
- Sugiyono, 2012. Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D. Bandung; Alfabeta.
- Sugiyono, 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D. Bandung; Alfabeta.
- Sugiyono, 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif. Dan R&D. Bandung : Cetakan kedua puluh tiga. Alfabeta.
- Syah, M. A., & Indriyani, F. 2020. Analisis Pengaruh *Online Costumer Review* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik: 9, 1-9.
- Tik Tok. Tersedia di: <https://www.tiktok.com/id-ID>.
- Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa- Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta: Andi Offset.
- We Are Social Indonesian digital report (2022). Tersedia di:
<https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumfer-growth-2/>.
- Wijayanto, Dian. 2012. Pengantar Manajemen. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.