

DAFTAR PUSTAKA

- Al Aradatin, S. A., Muslih, B., & Meilina, R. (2021, September). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Aktif Prodi Manajemen Angkatan 2017 UNP Kediri). In *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi* (Vol. 6, No. 1, pp. 757-767).
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Bandung:CV Alfabeta.
- Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung:CV. Alfabeta.
- Arbaini, P. (2020). *Pengaruh consumer online rating dan review terhadap keputusan pembelian pada pengguna marketplace tokopedia*. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*. 7(1).
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, W. (2019). Pengaruh online customer review dan online customer rating terhadap keputusan pembelian melalui marketplace Shopee.(Studi pada mahasiswa aktif FISIP Undip). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(2), 55-66.
- Auliya, Z. F., Umam, M. R., & Prastiwi, S. K. (2017). *Online Customer reviews (OTRs) dan rating: Kekuatan baru pada pemasaran online di Indonesia*. *Ebbank*, 8(1), 89-98.
- Badrudin. 2014. *Dasar-dasar Manajemen*. Bandung:Alfabeta.
- Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta:Ombak.
- Farida, Umi. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia I*. Ponorogo:UNMUH Ponorogo PRESS.
- Farki, A, & Baihaqi, I. (2016). *Pengaruh Online Customer review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia*. *Jurnal Teknik ITS*, 5(2), A614-A619.
- Firmansyah, M. A., & Mahardhika, B. W. (2018). *Pengantar manajemen*. Deepublish.
- Halim, A., & Tyra, M. J. (2021). *Pengaruh Online Consumer Review dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Marketplace Shopee*. *Buletin Ekonomi: Manajemen, Ekonomi Pembangunan, Akuntansi*, 18(1), 99-120.
- Hariyanto, Halila Titin, and Lantip Trisunarno. (2021). *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 9.2, A234-A239.

Hasibuan, Malayu SP. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Revisi, Cetakan ketigabelas. Jakarta:Bumi Aksara.

Hasibuan, Malayu SP. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan keempat belas. Jakarta:Bumi Aksara.

Herlambang, Susatyo. 2014. *iBasic Marketing (Dasar-dasar Marketing) Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*. Yogyakarta:Gosyeng Publishing.

Ichsan, M., Jumhur, H. M., & Dharmoputra, S. (2018). Pengaruh Consumer Online Rating and Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia Di Wilayah Dki Jakarta. *eProceedings of Management*, 5(2).

Julianti, Y. A. (2019). *Pengaruh Online Costumer Review Dan Online Costumer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Online Marketplace (Studi Mahasiswa Universitas Pasir Pengaraian)*. Cano Ekonomos, 8(1), 0-8.

Kotler, Philip and Gery Amstrong. 2017. *Principles of Marketing (Global Edition). 17th Edition. New Jersey:Pearson Education Limited.*

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management, 15th. Edition New Jersey:Pearson Pretice Hall, Inc.*

Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3*. Jakarta:Rajawali.

Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online Costumer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla. *Jurnal Mirai Management*, 5(3), 139-154.

Lestari, Fajar Bekti. 2021. *Pengaruh Online Customer review Dan Online Customer rating Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace di Kota Tegal*. Diss. Universitas Pancasakti Tegal.

Nafingatunisak, N., & Hirawati, H. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Shopee. *Sains: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 15(1), 89-104.

Ningsih, Eliska Sri Putri. 2019. *Pengaruh Rating dan Online Customer review Secara Online pada Marketplace Shopee*. Digilibadmin.Unismuh.ac.id 2:1-13.

Nuradiani, S., Mulyatini, N., & Yustini, I. (2022). Pengaruh Kemudahan Belanja Dan Faktor Kepercayaan Terhadap Keputusan Belanja Online (Suatu Persepsi Remaja Pengguna Internet terhadap Platform Shopee Msglowgrosir_Kawali).

- Putra, S. (2014). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui E-Commerce. *Jurnal Ilmu Hukum*, 5(2), 197-208.
- Rheza, P. 2020. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta:Penerbit Deepublish.
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RD*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- _____. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Suhendi dan Indra Sasangka. 2014. *Pengantar Bisnis*. Bandung:Alfabeta.
- Syaiful, A. Et. al. 2022. *Pengantar Ilmu Manajemen*. Nusa Tenggara Barat:Seval Literindo Kreasi.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta:CV. Andi.
- Tobing, Lumban, and Elsa Rani. 2022. *Pengaruh Rating dan Online Customer review Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Fashion Melalui Shopee Di Kota Medan*.
- Usman, E. (2014). *Asas Manajemen*.

