

## DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, R. D., Michael., Mulyadi, M. R. (2021). Analisis *Online Consumer Review* Terhadap Keputusan Pembelian pada *E-Commerce* Kecantikan. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(2), 274-280, <https://doi.org/10.36418/jist.v2i2.80>.
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, M. A. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee . *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–11.
- Auliya, Z. F., Rifqi, M., Umam, K., & Prastiwi, S. K. (2017). *Online Customer Review (OTRs) dan Rating Kekuatan baru pada Pemasaran Online di Indonesia*. 89–98.
- Ayuningtiyas, K., & Gunawan, H. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi. *Journal of Applied Business Administration*, 2(1), 152–165.
- Calvin, J., Setianingsih, R. E., (2021). Pengaruh *Online Customer Review* Dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Marketplace Shopee. 1–6.
- Farki, A., Baihaqi, I., & Wibawa, M. (2016). *Pengaruh online customer review rating terhadap kepercayaan place di indonesia*. 5(2).
- Fiona, E., Rosha, Z. (2022). Pengaruh *Online Review, Rating* Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna Shopee Di Kecamatan Kapur Ix).
- Gratia, A., Rorie, S., Tumbel, A. L., Gunawan, E. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian *E-Commerce* Pada Tokopedia.Com Di Desa Noongan, Kecamatan Langowan Barat. 6(1), 6–7.
- Hajati, D. I. (2022). *The Effect of Cash on Delivery , Online Consumer Rating and Reviews on the Online Product Purchase Decisions*. 4(1), 18–26.
- Hartono, H., Hutomo, K., & Mayangsari, M. (2012). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan” Dengan Menetapkan Alumni Dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian. *Binus Business Review*, 3(2), 882. <https://doi.org/10.21512/bbr.v3i2.1271>
- Ika Sugiarti, D., & Iskandar, R. (2021). Pengaruh Consumer Review Terhadap Keputusan Pembeli Terhadap Toko Online Shopee. *Jurnal Sosial Teknologi*, 1(9), 954–962. <https://doi.org/10.36418/jurnalsostech.v1i9.195>
- Jayani, D. H. (2019). Proyeksi Pengguna Internet di Indonesia 2017-2023. [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/09/berapa-penggunainternet-di-indonesia>. [29 November 2022].

- Kurniawan, B. (2021). Pengaruh *Online Customer Reviews* Dan *Rating* Terhadap Minat Pembelian Di Lazada. *Jurnal Ilmiah Bisnis Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 121–129.
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh *Online Costumer Review* dan *Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di *Sociolla*. *Jurnal Mirai Managemnt*, 6(1), 139–154. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai>
- Lestari, N. A., Iriani, S. S. (2018). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Pada Situs Mataharimall. *Com*. 6, 1–8.
- Mahkota, A. P., Suyadi, I., & Riyadi. (2014). Pengaruh Kepercayaan dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian *Online* (Studi pada Pelanggan Website Ride Inc). 40(2), 305–306.
- Mo, Z., Li, Y.-F., & Fan, P. (2015). *Effect of Online Reviews on Consumer Purchase Behavior*. *Journal of Service Science and Management*, 08(03), 419–424. <https://doi.org/10.4236/jssm.2015.83043>
- Mokodompit, H. Y., Lopian, S. L. H. V. J., & Roring, F. (2022). Pengaruh Online Customer Rating, Sistem Pembayaran Cash on Delivery Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Dan Alumni Equil Choir Feb Unsrat). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 975. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43393>
- Nita, L., Pasi, K., & Sudaryanto, B. (2021). Analisis Pengaruh *Online Customer Reviews* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel *Intervening* ( Studi Pada Konsumen Shopee Di Kota Semarang ). 10, 1–12.
- Novita, D., & Wulandari, S. (2020). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi (Participation) Pelanggan Wulan Rent Car. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 6(3), 259. <https://doi.org/10.30998/jabe.v6i3.4934>
- Purwanto, N. (2021). Pengaruh *E-Trust* Dan *Online Consumer Review* Terhadap Keputusan Pembelian. 4, 635–639. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v4i2.357>
- Rendy Putra Pradwita, R. B., Handoko, Y., & Rachmawati, I. K. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Pada *Website Www.Laroslaptop.Com* Terhadap Keputusan Pembelian *Online*. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(2), 212–220. <https://doi.org/10.31846/jae.v8i2.312>
- Rizaty, M. A. (2022). Pengguna Tiktok Indonesia Terbesar Kedua di Dunia. [dataindonesia.id](https://dataindonesia.id). <https://dataindonesia.id/2022/07/12/Digital/detail/penggunatiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia>. [05 November 2022].

- Sianipar, F. A. H.,(2021). Analisis Pengaruh *Customer Review* Dan *Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di *Online Marketplace* (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Tokopedia Di Kota Semarang). 1–10.
- Silaban, B. E., Rosdiana, D., Nusantara, I. B., Silaban, B. E., Pengaruh, R., & Layanan, K. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Promosi*. 23(3), 202–224.
- Suryantha, N. E., Wulandari, S., & Hidayat, T. (2021). Pengaruh *Review* Konsumen Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Di Lazada Pada Masyarakat Millenial Desa Patumbak Kampung Kec. Patumbak. 2(1), 202–212.
- Sobandi, A., Somantri, B., (2018). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online*. *Winter journal\*\**. 1(1), 215–217. <https://doi.org/10.1090/nml/050/92>
- Syarifah, E., & Karyaningsih, K. (2021). Pengaruh Online Customer Review dan Kepercayaan terhadap Minat Beli pada Marketplace Lazada. *Economics and Digital Business Review*, 2(2), 222–231. <https://doi.org/10.37531/ecotal.v2i2.87>
- Wahyudi, T., Handayani, B, R., Sarmo, S. (2019). Pengaruh *Online customer Review* dan *Online Customer Rating* Terhadap Kepercayaan Konsumen Remaja Kota Mataram Pada Pembelian Produk *Fashion Shopee Online Shop*. 19(1), 1–7.
- Wibisono, H., Wijaya, K. E., & Andreani, F. (2021). Pengaruh Online Review Dan Online Rating Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Pergikuliner Di Surabaya. *Journal Management Hospitality Dan Jasa*, 9(1), 1–14.