

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, R., & Febrina, D. (2017). Motif Melakukan Electronic Word Of Mouth oleh Konsumen. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 8(2), 1–13. www.megapolitankompas.com
- 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>
- Ardianti, A., & AB, D. W. (2019). *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee*. <http://teknonisme.com>
- Arista, K., & Fikriyah, K. (2022). Pengaruh Label Halal, Harga dan Song Joong Ki Sebagai Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(4), 453–466. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20224pp453-466>
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: RajawaliPers, PT. *Raja GrafindoPersada*.
- Auliya, Z. F., Khairul Umam, M. R., & Kurnia Prastiwi, S. (2017). *Online Costumer Reviews (OTRs) dan Rating: Kekuatan Baru pada Pemasaran Onlinedi Indonesia* (Vol. 8, Issue 1).
- Elseidi, R., Elseidi, R. I., & El-Baz, D. (2016). Electronic word of mouth effects on consumers' brand attitudes, brand image and purchase intention: an empirical study in Egypt. *The Business and Management Review*, 7(5). <https://www.researchgate.net/publication/305335645>
- Farki, A., Baihaqi, I., & Wibawa, B. (2016). *Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia*. 5(2).
- Filieri, R., & McLeay, F. (2014). E-WOM and Accommodation: An Analysis of the Factors That Influence Travelers' Adoption of Information from Online Reviews. *Journal of Travel Research*, 53(1), 44–57. <https://doi.org/10.1177/0047287513481274>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*.

- Ichsan, M., Mutiarsih Jumhur, H., & Soeparwoto Dharmoputra, I. (n.d.). *Pengaruh Consumer Online Rating And Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia Di Wilayah Dki Jakarta Effect Of Consumer Online Rating And Review To Buying Interest On Tokopedia Marketplace Region Dki Jakarta.*
- Iskandar, D. (2019). *Pengaruh Fitur Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee.*
- Lackermaid, G., Kailer, D., & Kanmaz, K. (2013). Importance of Online Product Reviews from a Consumer's Perspective. *Advances in Economics and Business*, 1(1), 1–5. <https://doi.org/10.13189/aeb.2013.010101>
- Li, N., & Zhang, P. (2002). *Consumer online shopping attitudes and behavior: an assessment of research.* <https://www.researchgate.net/publication/2557074>
- Melisa, P. (2021). *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Melalui Lazada Di Kecamatan Rumbio Jaya.*
- Mokodompit, H., Lopian, S., & 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 Febunsrat).* 10(3), 975–984.
- Ningsih, E. (2019). *Pengaruh Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Market Place Shopee.* Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Nirjana, A., & Purnama Sari, W. (2022). Pemanfaatan Electronic Word of Mouth pada Masa Pandemi Covid-19 oleh UMKM (Studi Kasus Salad Mantoel). *Kiwari*, 1(2).
- Shanmugam, V., & Sulthana, An. (2019). Influence Of Electronic Word Of Mouth eWOM On Purchase Intention. *International Journal Of Scientific & Technology Research*, 8(10). www.ijstr.org
- Sianipar, F., & Dra Hj Yoestini, E. (2021). Analisis Pengaruh Customer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Online Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Tokopedia Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 10(4). <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (n.d.). *SPSS untuk Penelitian*. 2015.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran Perusahaan Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wahyurini, S. C., & Trianasari, N. (2020). Analisis Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online). *Sonia Cipta Wahyurini*, 1(1), 39–50.
- Wardani, W., Nurhidayah, & Mustapita, A. (2023). *Pengaruh Online Review Promo Diskon Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelan Pada E-Commerce Tiktokshop*. 12(1).
- Wibisono, H., Wijaya, K. E., Program, F. A., Perhotelan, M., Manajemen, S., Bisnis, F., & Ekonomi, D. (2021). *Pengaruh Online Review Dan Online Rating Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Pergikuliner Di Surabaya*. 9(21).
- Yanti, S. D., Astuti, S., & Safitri, C. (2023). Pengaruh Pengalaman Belanja Online Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Di Tiktok Shop (Studi Kasus Mahasiswa Fkip Uhamka 2018). *Jurnal EMT KITA*, 7(1), 47–61. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i1.728>
- yuliara, made. (2016). *Regresi Linier Bergamda Disusun oleh : I Made Yuliara*.