

DAFTAR PUSTAKA

- A. Anwar Prabu Mangkunegara. 1998. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Eresco.
- Akbar, M. M., & Parvez, N. 2009. *Impact of service quality, trust, and customer satisfaction on customers loyalty*. ABAC journal, 29(1).
- Almana, M. & Mirza, A. 2013. *The Impact of Electronic Word of Mouth on Consumer's Purchasing Decisions*. International Journal of Computer Applications, 82(9), 23-31.
- 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.
- Barnes, J. G. 2003. *Secret of Customer Relationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Yogyakarta: Andi.
- Chaudhuri, Arjun. 2006. *Emotion and Reason in Consumer Behavior*. Oxford: Elsevier.
- Duwi Priyatno. 2010. *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendadaran*. Yogyakarta: Gaya Media.
- Dzulqarnain, I. 2019. *Pengaruh Fitur Online Costumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Marketplace Shopee*. Skripsi diterbitkan
- Febriana, M., & Yulianto, E. 2018. *Pengaruh online consumer review oleh beauty vlogger terhadap keputusan pembelian (Survei pada mahasiswi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2014/2015 dan 2015/2016 yang membeli dan menggunakan Purbasari Matte Lipstick)*. Jurnal Administrasi Bisnis, 58(1), 1-9.

- Flavian dan Giunaliu. 2007. *Measure on web usability Website*. Journal of Computer Information Systems. 48 (No.1).
- Furkonudin, F., Suryadi, E., & Darmanto, D. 2016. *Evaluasi Kualitas Layanan Website E-commerce Blibli. com Menggunakan Metode WebQual 4.0 Terhadap Keputusan Pembelian Online*. SEMNASTEKNOMEDIA ONLINE, 4(1), 2-3.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>, diakses pada tanggal 15/03/2020 pada jam 16.10
- Istiqomah, I., Hidayat, Z., & Jariah, A. 2019. *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Iklan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian di situs Shopee di Kota Lumajang*. In Proceedings Progress Conference (Vol. 2, No. 1, pp. 557-563).
- Jogiyanto. 2012. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi: Edisi Ketujuh*. Yogyakarta: BPF.
- Kamila, K. T., Suharyono, S., & Nuralam, I. P. 2019. *Pengaruh Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Universitas Brawijaya TA 2015/2016–2018/2019 yang Pernah Membeli dan Menggunakan Xiaomi Smartphone)*. Jurnal Administrasi Bisnis, 72(1), 202-211.
- Kanitra, A. R., & Kusumawati, A. (2018). *Pengaruh Country Of Origin Dan Online Consumer Review Terhadap Trust Dan Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 Tahun Akademik 2017/2018 Pembeli Produk Oppo Smartphon*. Jurnal Administrasi Bisnis, 61(1), 64-73.

- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*. Jakarta: PT. Prehalindo.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2*. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Laili Hidayati, N. U. R. 2018. *Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Riviws Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 6(3).
- Mowen, John C dan Michael, Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Mutmainah, S. (2019). *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Dan Online Costumer Review (OCR) Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Konsumen Shopee di Kota Kudus)*. Skripsi diterbitkan
- Nabila, K. N., & Listyorini, S. 2016. *Dampak Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Pengguna Situs Jual Beli Online Bukalapak Pada Mahasiswa Fisip Universitas Diponegoro)*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 5(4), 313-324.
- Peter, J. Paul & Jerry Olson. 2009. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi 9*. Jakarta: Erlangga.
- Pradhutama, D.Y. (2018). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus pada Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)*. Skripsi diterbitkan

- Rivan Ardyanto Sutoyo dan Maya Ariyant.2015. *Factors Influencing Customer Online Purchase Intention at Tokopedia.com*. International Journal Of Science And Research (IJSR), Vol.6, hal : 907-911.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen Edisi 7*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Schiffman, L.G & Kanuk, L.L. 2000. *Consumer Behavior 7th Edition.*, Prentice Hall, New Jersey.
- Sugiyono. 2009. *Metode penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sukma, A.A. 2012. *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian melalui social networking websites*.
- Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen; Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, F. 2005. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tsang, A. S., & Prendergast, G. 2009. *Is a “star” worth a thousand words? The interplay between product-review texts and rating valences*. European Journal of Marketing, 43, 1269-1280.
- Turban, E, David King, Jae Lee, Ting-Peng Liang, and Deborrah C. Turban. 2010. *Electronic Commerce. A Managerial Perspective Global Edition*. New Jersey: Pearson.
- Wahyuni, S., Irawan, H., & Sofyan, E. (2017). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian*