

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian (suatu pendekatan praktik)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Daga. (2017). *CITRA, KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN PELANGGAN*.
- Dewi, A., & Artanti, Y. (2020). *Peran Online Customer Review, City Image dan Perceived Price terhadap Purchase Intention pada Wisata Kuliner Surabaya. 09 No. 1*.
- Elwalda, A., Lü, K., & Ali, M. (2016). Perceived derived attributes of online customer reviews. *Computers in Human Behavior*, 56(May 2021), 306–319. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.11.051>
- Engler, Winter, P., & Schulz, M. (2015). *Understanding online product ratings a customer satisfaction model*. 27, 113–120. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2015.07.010>.
- 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). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v5i2.19671>
- Fernando, & Aksari, A. (2018). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI, DAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SANITARY WARE TOTO DI KOTA DENPASAR*. 7(1), 441–469.
- Gesitera, G. (2020). *Pengaruh Online Customer Review terhadap Purchase Intention dengan Trust sebagai Intervening pada Toko Online Bukalapak di Kota Padang*. 9(2), 173–194.
- Ghozali, I. (2016). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE DENGAN PROGRAM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- _____. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE DENGAN PROGRAM SPSS*. Badan Penerbit Undip.
- Hariyanto, H. T., Trisunarno, L., & Teknik, D. (2020). *Analisis Pengaruh Online Customer Review , Online Customer Rating , dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga*. 9(2).
- Kotler, & Amstrong. (2019). *Prinsip-prinsip Pemasaran (A. Maulana, Barnadi, & Hardani, eds.)*. ERLANGGA.

- Kotler, & Keller, K. (2014). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.; Y. Adi Maulana H, S, ed.). ERLANGGA.
- Lackermair, G. (2013). *Importance of Online Product Reviews from a Consumer's Perspective*. *Advances in Economics and Business*.
- Lee., J. E., & Shin., Y. S. (2014). *When do consumers buy online product review? effects of review quality, product type, and reviewer's photo*. *Human Behav.* <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.10.050>
- Megawati, N. (2018). *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Pembelian pada Online Shop (Studi Kasus : Pelanggan Online Shop Lazada pada Mahasiswa Feb Unila)*. Megawati, Nana.
- Muanas, & Arif. (2014). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV. Gerbang Media Aksara.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- _____. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran (4th Ed)*. CV. ANDI OFFSET.
- Wijaya, & Tony. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa (Edisi Kedu)*. Jakarta: PT. Indeks.
- Z. Mo, Y. Li, & Fan. (2015). *Effect of Online Reviews on Consumer Purchase Behavior*. *Journal of Service Science and Management*.

Internet

<https://www.tribunnewswiki.com/2019/11/11/lazada-group> diakses tanggal 21 april 2022 pukul 19.15

https://m-bisnis-com.cdn.ampproject.org/v/s/m.bisnis.com/amp/read/20210805/12/1426560/nilai-transaksi-e-commerce-naik-6336-persen-sepanjang-semester-i?amp_js_v=a6&_gsa=1&usqp=mq331AQKKAFQArABIIACAw%3D%3D#aoh=16506261386691&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&_tf=Dari%20%251%24s diakses tanggal 29 maret 2022 pukul 19.30

https://bisnis-tempo-co.cdn.ampproject.org/v/s/bisnis.tempco.co/amp/1532856/5-situs-e-commerce-paling-populer-di-indonesia-2021?amp_js_v=a6&_gsa=1&usqp=mq331AQKKAFQArABIIACAw%3D%3D#aoh=16506266416075&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&_tf=Dari%20%251%24s&share=https%3A%2F%2Fbisnis.tempco.co%2Fread%2F1532856%2F5-situs-e-commerce-paling-populer-di-indonesia-2021 diakses tanggal 30 maret 2022 pukul 20.05