

DAFTAR PUSTAKA

- Aris, A. (2014). *Kreatifitas Untuk Booming*. Grasindo.
- Azis Husaini. (2020). *Riset Snapcart: Shopee paling diminati dan jadi pilihan konsumen belanja*. Kontan.Co.Id. <https://industri.kontan.co.id/news/riset-snapcart-shopee-paling-diminati-dan-jadi-pilihan-konsumen-berlanja>
- Buletin APJII. (2020). *Siaran Pers: Pengguna Internet Indonesia Hampir Tembus 200 Juta di 2019 – Q2 2020*. Www.Apjii.or.Id. <https://blog.apjii.or.id/index.php/2020/11/09/siaran-pers-pengguna-internet-indonesia-hampir-tembus-200-juta-di-2019-q2-2020/>
- Daulay, R., & Putri, R. E. (2018). Analisis faktor-faktor psikologis terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah di kota medan. *Jurnal Prosiding Konferensi Nasional Ke- 8, 1–6*.
- Dzulqarnaim, I. (2019). *Pengaruh Fitur Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee*. Universitas Jember.
- Fadhila Rakhma, A. (2021). Pengaruh Product Knowledge, Brand Image, Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee (Studi pada Customer Marketplace Shopee di Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen, 10(4)*.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisa Multivariat dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2009). *Marketing*. MedPress.
- Hidayati, N. L. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 06(03), 77–87*.
- Jayani, D. H. (2021). *Rata-rata Pengunjung Web Bulanan Shopee (Kuartal I 2020-Kuartal III 2021)*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/18/kunjungan-ke-web-shopee-meningkat-58-pada-kuartal-iii-2021>
- Kanitra, A. R. (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 Sm. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 61(1), 64–73*.
- Kotler, Philip & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi Ke-12* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, Philip & Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing. Edisi 13*. (13th ed.).

Pearson Education.

- Kotler, Philip & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran, Jilid. 1, Ed. 13* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management (14th ed)* (14th ed.). New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Kotler, Philip & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemet.* (Edisi 15). Global Edition.
- Lackermair, 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>
- Mursid. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Bumi Aksara.
- Nainggolan, R., & Purba, E. (2019). Perbaikan performa cluster k-means menggunakan sum squared error (sse) pada analisis online ccustomer review terhadap produk toko online. *Jurnal Times, VIII*(2), 1–8.
- Nurul Aeni, H. (2021). *Pengaruh Harga, Promosi dan Penilaian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi kasus Mahasiswa IAIN Purwokerto)*. INSTITUT AGAMA ISLAMNEGERI PURWOKERTO.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Pustaka Setia.
- Rohmah, M. (2018). Pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen pada situs jual beli online elevenia. *Jurnal Online Mahasiswa, 5*, 1–13.
- Sangadji, E.M., dan S. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Penerbit Andi.
- Saskiana, D. (2021). *Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, E-Service Quality, E-Trust dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Marketplace Shopee di Surabaya*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA.
- Setiowati, M. H. (2019). *PENGARUH BRAND AWARENESS DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ALDOS* [Universitas Ciputra Surabaya]. <https://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/2760?show=full>
- Sugiono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Cv. Andi Offset.
- Wahyurini, S. C., & Trianasari, N. (2020). Analisis Pengaruh Label halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*.
- Widiana, Muslichah Erma dan Sinaga, B. (2010). *Dasar - dasar Pemasaran*. Putra Dawati.