

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS), Alternatif Structural Equation Modelling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Andi Publisher.
- Abdullah. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Aswaja Pressindo.
- Albari, & Safitri, I. (2018). The Influence of Product Price on Consumers' Purchasing Decisions. *Integrative Business and Economics Research*, 7(2), 328–337. <http://buscompress.com/journal-home.html>
- Almana, A. M., & Mirza, A. A. (2013). The Impact of Electronic Word of Mouth on Consumers' Purchasing Decisions. *International Journal of Computer Applications*, 82(2), 183–193.
- Almana, M., & Mirza, A. (2013). The Impact Of Electronic Word Of Mouth On Consumer Purchasing Decision. *International Journal of Computer Applications*, 82(9), 23–31.
- Andrew Pratama, & Joseph Ardhy. (2017). Analisa Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Perceived Value Pada Hotel X Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 5(2), 278–286.
- Bakti, U., Hairudin, & Alie, M. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, 22(1).
- Cannon, J. P., D, W., Jr, P., & McCarthy, J. (2008). *Dasar-Dasar Pemasaran :*

*Pendekatan Manajerial Global Buku 2. Edisi 16. Alih Bahasa : Diana Angelica dan Ria Cahyani. Salemba Empat.*

Chin, W. W. (1998). The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling. *Modern Methods for Business Research.*

databoks.katadata.co.id. (2021a). *Pengguna Internet Indonesia Peringkat ke-3 Terbanyak di Asia.*

databoks.katadata.co.id. (2021b). *Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia.* <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>

Daulay, N. (2020). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee. *Universitas Sumatera Utara.*

Fauzi, S., & Lina, L. F. (2020). Jurnal Muhammadiyah. *Peran Foto Produk, Online Customer Review, Online Customer Rating Pada Minat Beli Konsumen, 1(1), 37–47.*

Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen.* BP Universitas Diponegoro.

Filieri, R. (2015). *What makes online reviews helpful? A diagnosticity-adoption framework to explain informational and normative influences in e-WOM.* *Journal of Business Research, 68(6).*

Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran).* CV Budi Utama.

- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair et al. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM) 2th Edition*. SAGE Publication.
- Harli, I. I., Mutasowifin, A., & Andrianto, M. S. (2021). Pengaruh *Online Consumer Review* dan *Rating* terhadap Minat Beli Produk Kesehatan pada E-Marketplace Shopee Selama Masa Pandemi COVID-19. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 558–572. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.205>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing 17th Edition*. Pearson Education.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2014). *Marketing for hospitality and tourism* (Sixth edit). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Alih bahasa: Bob sabran, MM. Erlangga.
- Kristian, D., & Widayanti, R. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada Mahasiswa Kampus 1 Universitas Kristen Krida Wacana. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Ukrida*, 16(1), 97301.

- Kumar, N., & Benbasat, I. (2006). *Research Note: The Influence of Recommendations and Consumer Reviews on Evaluations of Websites. Information Systems Research, 17, 425–439.*
- Latief, F., & Ayustira, N. (2019). Pengaruh *Online Customer Review* Dan *Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla. *Jurnal Mirai Management, 4(2), 122–136.*  
<https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai>
- Listighfaroh, M. I. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Cair Feira White Shower Cream Di Surabaya. *Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952., 1–17.*
- Malik, F., & Yaqoob, S. (2012). *The Impact of Price Perception, Service Quality, and Brand Image on Customer Loyalty (Study of Hospitality Industry in Pakistan). Journal of Contemporary Research in Business, 4(5), 487–505.*
- Mo, Z., Li, Y.-F., & Fan, P. (2015). *Effect of Online Reviews on Consumer Purchase Behavior. Journal of Service Science and Management, 8, 419–424.*
- Noky Ananda Haniscara, & Saino. (2021). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Tagline* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Marketplace Shopee dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening: Studi Pada Generasi Muda Surabaya. *Jurnal Sains Sosio Humaniora, 5(1).*
- Nurrokhim, A., & Widyastuti, E. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Online Customer Review, dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Shopee di Masa Pandemi Covid-19 dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. ... *of Management and ...*, 1(2), 122–134.  
<https://journal.nurscienceinstitute.id/index.php/jmdb/article/view/134>

Puspita, C. M., & Budiarmo, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, IX(III), 268–275.

Rosdiana, E., Suharno, H., & Kulsum, U. (2020). Pengaruh Harga, Keanekaragaman Produk, Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shopee. *Ekonomi Bisnis*, 24(2), 13–23.  
<https://doi.org/10.33592/jeb.v24i2.520>

Sakinah, N., & Firmansyah, F. (2021). Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian dengan Purchase Intention Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(2), 192–202.  
<https://doi.org/10.30596/jimb.v22i2.7100>

Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147.  
<https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>

Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(1).

Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Consumer Behaviour 7th Edition (Perilaku*

*Konsumen*). PT.Indeks.

Shahnaz, N. B. F., & Wahyono. (2016). Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen di Toko Online. *Management Analysis Journal*, 5(4).

Sianipar, F. A. H., & Yoestini, Y. (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(6), 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

sindonews.com. (2021). *Jumlah Pengguna Internet Sedunia Mencapai 4,66 Miliar*. [https://tekno.sindonews.com/read/316920/207/jumlah-pengguna-internet-sedunia-mencapai-466-miliar-1611820860#:~:text=Pada Januari 2021%2C jumlah pengguna,global adalah 59%2C5%25](https://tekno.sindonews.com/read/316920/207/jumlah-pengguna-internet-sedunia-mencapai-466-miliar-1611820860#:~:text=Pada%20Januari%202021%2Cjumlah%20pengguna,global%20adalah%2059%2C5%25).

Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). Pengaruh brand ambassador, minat beli dan testimoni terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1), 21–34.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.

Suwandari, L. (2008). Pengaruh Promotional Mix pada Peningkatan Volume Penjualan Kosmetika Skiva PT. Cosmolab Prima di Purwokerto. *STMIK Amikom. Jurnal Pro Bisnis*, 1(1).

- Swastha, B., & Irawan. (2013). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.
- 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.
- Tjiptono, F. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*. PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Andi Publisher.
- Usman, O., & Dyanti, N. S. (2020). *The Influence Of Price, Promotion And Word Of Mouth On Buying Interest*. State University of Jakarta - Faculty of Economics.
- www.tempo.co. (2021). Situs Tokopedia Masih Jadi Situs Marketplace Terpopuler pada Kuartal III 2021.
- www.tokopedia.com. (2021). *Kisah Kami*. <https://www.tokopedia.com/about/our-story/>
- Yasmin, A., Tasneem, S., & Fatema, K. (2015). *Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age: An Empirical Study*. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 1(5), 69–80.
- Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori & Strategi*. Forum Pemuda Aswaja.
- Zulaicha, S., & Irawati, R. (2016). Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 4(2), 123.