

Daftar Pustaka

- Angkiriwang, D. I., Susanto, K. C., & Thio, S. "Pengaruh Ulasan Online Di Tripadvisor Terhadap Minat Menginap Generasi Milenial Di Surabaya". *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 2018.
- Arbaini, P. "Pengaruh *Consumer Online Rating* Dan *Review* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace Tokopedia" *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7(1), 25–33. 2020.
- Ardianti, A. N., & Dr. Widiartanto, M. A. "Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee". *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–11. 2019.
- Arifin, Z., & Sunarti. "Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian. *Administrasi Bisnis (JAB)*, 40, 135. 2016.
- Artaya, P., & Purworusmiardi, T. "Efektifitas Marketplace Dalam Meningkatkan Konsentrasi". 2019. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.10157.95206>
- Auliya, Z. F., Rifqi, M., Umam, K., & Prastiwi, S. K. "*Online Customer Review (OTRs) dan Rating Kekuatan baru pada Pemasaran Online di Indonesia*", 89–98. 2017.
- CNN Indonesia. "Tren dan Peluang Industri *E-Commerce* di Indonesia 2020" *CNN Indonesia*. 2020.
- Farki, A., & Baihaqi, I. "Pengaruh *Online Customer Review* dan *Rating* Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada *Online Marketplace* di Indonesia". *Jurnal Teknik ITS*, 5(2). 2016.
- Gesitera, G. "Pengaruh *Online Customer Review* terhadap *Purchase Intention* dengan *Trust* sebagai *Intervening* pada Toko *Online Bukalapak* di Kota Padang", 9(2), 173–194. 2020.
- Ghozali, I. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9.

- Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- Harahap, I. A. B. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Masker Wajah Mustika Ratu (Studi Kasus Pada Konsumen Kec. Tembalang Kota Semarang)". *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), 107–115. 2018.
- Hestanto. (2020). *Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen*. Hestanto Personal Website. <https://www.hestanto.web.id/proses-pembuatan-keputusan-pembelian-konsumen/>
- Kamila, K. T., Suharyono, & Perwangsa Nuralam, I. "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. 2019.
- Kemp, S. (2021). *DIGITAL 2021: Indonesia*. DATAREPORTAL.
- Leski, R. *Ekonomi Digital jadi Penopang Perekonomian di Tengah Pandemi*. Ditjen Aptika. 2020.
- Lis, B., & Neßler, C. "Electronic word of mouth. *Business and Information Systems Engineering*", 6(1), 63–65. 2014.
- Mo, Z., Li, Y.-F., & Fan, P. "Effect of Online Reviews on Consumer Purchase Behavior". *Journal of Service Science and Management*, 08(03), 419–424. 2015.
- Nanincova, N. "Bisnis, Program Manajemen Manajemen, Program Studi Bisnis, Fakultas Siwalankerto". *Jl*, 7(2). 2019.
- Novianto, I. "Perilaku Penggunaan Internet di Kalangan Mahasiswa (Studi deskriptif perilaku penggunaan internet dilingkungan mahasiswa perguruan tinggi negeri (FISIP UNAIR) dengan perguruan tinggi swasta (FISIP UPN) untuk memenuhi kebutuhan informasinya)". 2017 <http://journal.unair.ac.id/filerPDF/Jurnal IIK Novianto.pdf>

- Riadi, M. "Keputusan Pembelian (Pengertian, Dimensi, Jenis dan Proses Tahapan)"
Kajianpustaka.Com. 2020
<https://www.kajianpustaka.com/2020/05/keputusan-pembelian-pengertian-dimensi-jenis-dan-proses-tahapan-pembelian.html>
- SIRCLO. *Menilik Tren Perkembangan E-Commerce Indonesia di 2020*. SIRCLO. 2020. <https://www.sirclo.com/menilik-tren-perkembangan-e-commerce-indonesia-di-2020/>
- Sugiyono, P. D. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Edisi 2. Bandung: Alfabeta, 2019
- Utami, V. K., Daniel, T., & Jokom, R. Analisa Faktor yang Penting dari Dimensi *Electronic Word Of Mouth (Ewom)* bagi Konsumen dalam memilih hotel di situs *online travel* (OTA). Manajemen Pemasaran. 2015.
- WeAreSocial dan Hootsuite. *Data Pengguna Internet di Indonesia*. 2021