

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim Barkatullah. (2017). Hukum Transaksi Elektronik Sebagai Panduan Menghadapi Era Digital Bisnis E-Commerce di Indonesia, *Bandung: Nusa Media*, hal. 11.
- Agustiningrum, D., & Andjarwati, A. L. (2021). 2021. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace, 9(2020), 896–906.
- Armstrong, Kotler 2015, “*Marketing an Introducing Pretiece Hall twelfth edition*”, England : Pearson Education, Inc
- Ayuningtiyas, Kartika & Hendra Gunawan. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 2(1), 152–165.
- Baskara, Isnain Putra dan Guruh Taufan Hariyadi. 2014. *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (Social networking Websites)*. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Semarang: Universitas Dian Nuswantoro.
- Emmywati. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan yang Terdiri dari Kenyamanan, Keamanan, Kemudahan, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen Pada Galeri Seni dan Pusat Meditation Ponogoro Jawa Timur, *Penelitian Ilmu Manajemen*, Vol 1, No. 3, Hal 184-191.
- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. 2016. Pemasaran E-sesi dan Aplikasi, Andi Offset, Yogyakarta.
- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. (2018). *Teori dan Praktis : Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*.
- Ghozali, Imam. 2015. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. 2017. *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Program AMOS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- _____. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

- Hidayati, N. L. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 06(03), 77–84.
- Jefryansyah, J., & Muhajirin, M. (2020). Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Barang Secara Online. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(1), 85–94.
- Kanitra, A. R., & Kusumawati, A. (2018). Pengaruh Country of Origin dan Online customer 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 (JAB)*, 61(1), 64–78.
- Kotler dan Amstrong, 2017. *Marketing Managemet. Edisi 16 Global Edition*. Pearson.
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kusuma, A. (2019). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE DI WEBSITE TOKOPEDIA (Studi Kasus pada Mahasiswa di Universitas Islam Indonesia). *Journal Competency of Business*, Vol 3 No 1.
- Laudon, K. C., Laudon, J. P., & Elragal, A. (2015). *Management Information Systems*. England: Person Education LTD.
- Latief, F., & Ayustira, N. (2019). Pengaruh Online Costumer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla. *Jurnal Mirai Managemnt*, 4(2), 122–136. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai>
- Liu, Y., Wan, Y., Shen, X., Ye, Z., & Wen, J. (2021). Product customer measurement based on multiple online consumer review features. *Information (Switzerland)*, 12(6), 1–16. <https://doi.org/10.3390/info12060234>
- Mahanani, E., & Sari, B. (2019). PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE, WORD OF MOUTH DAN SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN GRAB PADA MAHASIWA/I FEB UPIY.A.I. *IKRAITH-HUMANIORA*, 3, 11.
- Mu'nis, H., & Komaladewi, R. (2020). Analisis Komparatif Online Customer Review dan Survey Customer Review Marketing mix. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 15(3), 138–148.

- Muslimah, N., & Mursid, M. C. (2019). The Effect of Online Consumer Review on the Intention of Buying Products on Social Commerce. *Aptisi Transactions on Management (ATM)*, 3(1), 22–28. <https://doi.org/10.33050/atm.v3i1.678>
- Mutaqin, Jaenal. *Pengaruh Harga, Kepercayaan Konsumen, dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Tokopedia di Kecamatan Cimahi Selatan Kota Cimahi*. Skripsi: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi STAN-Indonesia Mandiri. 2020.
- Nabila, K. N., & Listyorini, S. (2016). Dampak Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi pada Pengguna Situs Jual Beli Online Bukalapak pada Mahasiswa Fisip Universitas Diponegoro). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*
- Nainggolan, R., & Purba, E. (2019). Perbaikan performa cluster k-means menggunakan sum squared error (sse) pada analisis online customer review terhadap produk toko online. *Jurnal Times*, VIII(2), 1–8.
- Nasution, Hamni Fadlilah. 2018. Pengaruh Kemudahan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian secara Online (Studi Kasus Mahasiswa Belanja Online pada Febi Iain Padangsidimpuan). At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam, Vol. 4 No. 1, Hal. 26-39.
- Natania, S. (2018). *Analysis Of The Effect Of Online Customer Review On Millennial's Purchase Decision In Bandung (Case Study Of Gadget Products At Tokopedia)*. 227, 1–1
- Nuraeni, Yuni Siti dan Dwi Irawati, Pengaruh. 2021. *Online Customer Review, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa UBSI)*. (Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol 9, No4)
- Putra, Denny Pratama., Lia. & Suprihartini, and Roni. Kurniawan. (2021). “Celebrity Endorser, Online Customer Review, Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Marketplace Tokopedia.” *Bahtera Inovasi* 5(1):57–65. doi: 10.31629/bi.v5i1.3800.
- Phillips, Judah. 2016. *Ecommerce Analytics*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Prasetyani, Ikhtiyar, and Tri Harsini Wahyuningsih. 2019. “Pengaruh Sumber Informasi, Keamanan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee”. *Efektif Jurnal Bisnis Dan Ekonomi* 10 (1): 91–104.
- Sanusi, A. 2017. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba empat.

- Sari Eka Nandya & Oswari Teddy.(2020).Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Pada Toko *Online* Tokopedia. *Creative Research Management Journal*. Vol 3 No 2 Hal 34-46.
- Sari, M. P. (2015). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Situs Lazada.co.id Pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis USU. *Skripsi pada Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara*.
- Saputri, A. F. B. A. 2015. Pengaruh Keamanan, Kemudahan, dan Resiko Kinerja terhadap Keputusan Pembelian secara Online di Tokopedia. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Septiawati, Eliya. 2017. “Analisis Pengaruh Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Batik Keris Nonongan Surakarta. *Jurnal Online Unwidha Klaten* Vol 29 No 99 2017
- Sudjarmika, Fransiska Vania. (2017). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.com. *Jurnal AGORA*. Vol 5. No. 1.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- _____. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV. <https://massugiyantojambi.wordpress.com/2011/04/15/teori-motivasi/>
- _____. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi, 33. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sulistiyawati, D. T., & Nursiam. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Informasi, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui E-Commerce (Studi Empiris Pada Konsumen E-Commerce Di Kota Surakarta). <https://Publikasiilmiah.Ums.Ac.Id/Xmlui/Handle/11617/10789>, 160–178.
- Sulton Ali Al Aradatin, Basthoumi Muslih, dan Restin Meilina (2021), Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan

Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi pada mahasiswa aktif program studi 48 manajemen angkatan 2017 UNP Kediri)

- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen Di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, Fandy (2017), *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Yogyakarta: Andi.
- Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T.-P., & Turban, D. C. (2015). *Electronic Commerce - A Managerial and Social Perspective*. Switzerland: Springer International Publishing. <http://www.springer.com/gp/book/9783319100906>
- Trivedi, S. K., & Yadav, M. (2020). *Repurchase intentions in Y generation: mediation of trust and e-satisfaction*. *Marketing Intelligence and Planning*, 38(4), 401–415. <https://doi.org/10.1108/MIP-02-2019-0072>
- Usvita, Mega. 2016. *Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Persepsi Akan Resiko Menggunakan E-commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survey Pada Konsumen Lazada.co.id)*. 5 (1) : 47-53.
- Wardoyo dan Andini, I.2017. *Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma*. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*. Vol. 19, No. 1, 12-26.
- Widiyanto, I., & Prasilowati, S. L. (2015). *Perilaku Pembelian Melalui Internet*. *JMK*, 17(2), 109–112. <https://doi.org/10.9744/jmk.17.2.109>
- Wildan Jamil & Sugeng Purwanto (2022). *Pengaruh Keamanan dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Lazada*. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*. Vol 7, No 2.
- Yunita, N. R., Sumarsono, H., & Farida, U. (2019). *PENGARUH PERSEPSI RISIKO, KEPERCAYAAN, DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE DI BUKA LAPAK (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo)*. *Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi*, Vol. 3 No
- Zhao, X., Liang, W , Xiao, G., and Rob, L., 2015, *The influence of online reviews to online hotel booking intentions*,. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol 27 no 6, 1343-1364.
- <https://dataindonesia.id/digital/detail/daftar-ecommerce-dengan-pengunjung-terbanyak-per-kuartal-i2022>