

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, (2022). *Rata-rata jumlah pengunjung Situs Tokopedia per-Bulan (Kuartal I 2019- Kuartal II 2022)*. Diakses pada 16 Desember 2022, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/21/ini-pertumbuhan-pengunjung-tokopedia-sampai-kuartal-ii-2022>
- Sobandi & Somantri (2020), *Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*, Vol. 1, ISSN 2723-8709
- Putri. (2020). *Analisis Kasus Kebocoran Data Pengguna Tokopedia dari Sudut Pandang Etika Bisnis*. Diakses pada 16 Desember 2022, dari <https://kumparan.com/angie-amanda/analisis-kasus-kebocoran-data-pengguna-tokopedia-dari-sudut-pandang-etika-bisnis-luroJzpIVOu/4>
- Audria, N., & Batu, R. L. (2022). *Pengaruh Online Customer Review Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembeian Pada Toko Online Lazada*. Value: Jurnal Manajemen dan Akuntansi, 17(1), 35-47.
- Charlie Fransiscus, *et al* (2022) , *Online consumer reviewss and product ratingss influence the repurchase intention of Scarlet Whitening*, Volume 29, Issue 2, ISSN: 0854-8154, 2830-1560
- Sugiarti & Iskandar (2021), *Pengaruh Consumer Review Terhadap Keputusan Pembeli Terhadap Toko Online Shopee*, Volume 1, Number 9, p-ISSN 2774-5147 ; e-ISSN 2774-5155
- Jefryansyah & Muhajirin (2020), *Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Barang Secara Online*, e-ISSN : 2715-9361, Vol. 2 No. 1
- Lackermair, G., Kailer, D. & Kanmaz, K., 2013. *Importance of Online Product Reviews from a Consumer 's Perspective.* , 1(1), pp.1–5.
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). *Pengaruh Online Costumer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla*. Jurnal Mirai Management, 5(3), 139-154.
- Lestari, N. A., & Iriani, S. S. (2018). *Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Mataharimall. com*. Jurnal Ilmu Manajemen, 6(1), 1-8.
- Hung. (2019). *Tanggapan Tokopedia Terhadap Korban Penipuan Mengecewakan*. Diakses pada 16 Desember 2022, dari

<https://mediakonsumen.com/2019/04/21/surat-pembaca/tanggapan-tokopedia-terhadap-korban-penipuan-mengecewakan>

- Khotimah, K., & Febriansyah, F. (2018). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Konsumen dan Kreativitas Iklan terhadap Minat Beli Konsumen Online-Shop. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 1(1), 19–26.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2004). *Dasar-dasar pemasaran edisi kesembilan Jilid 1*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13.Jilid 1*. Jakarta:Erlangga
- Hardiyanti, M. (2012). *Kepercayaan Pada Penjual Dan Persepsi Resiko Pada Keputusan Pembelian Melalui Internet (Online) (Doctoral Dissertation, Perpustakaan Uin Sunan Kalijaga)*.
- Audria N & Batu R (2022), Pengaruh Online Customer Review Dan E-service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce, *Jurnal Value*, 17 (1), Hal. 35 - 47 p-ISSN: 1979-0643 e-ISSN: 2685-7324
- Lestari & Iriani (2018), *Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Mataharimall.Com*, *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 6 Nomor 1*
- Nuseir, M. T., et al. (2010). Evidence of online shopping: A consumer perspective. *International Review of Business Research Papers*, 6(5), 90-106.
- Pavlou, P. A., dan Gefen, D., 2002. Building Effective Online Marketplaces with Institution-based Trust, *Proceedings of Twenty-Third International Conference on Information Systems*, pp. 667-675.
- Raman, A., & Viswanathan, A. (2011). Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer. In *IJCA Special Issue on: Wireless Information Networks & Business Information System* (pp. 54–60).
- Riyanjaya, N. A., & Andarini, S. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Produk Wardah Di Situs Belanja Online Shopee. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(5), 927-944.

- Rusilawati, E., Angkasa, C., Purwati, A. A., & Hamzah, M. L. (2022). *Online Consumer Review, Keamanan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Disitus Jual Beli Shopee*. Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ), 3(2), 606-617.
- Sobandi, A., & Somantri, B. (2020). *Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*. Winter Journal: Imwi Student Research Journal, 1(1), 41-52
- Sugiarti, D. I., & Iskandar, R. (2021). *Pengaruh Consumer Review Terhadap Keputusan Pembeli Terhadap Toko Online Shopee*. Jurnal Sosial Teknologi, 1(9), 954-962.
- Sugiyono. 2009. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta
- Suhari (2008). *Keputusan Membeli Secara Online Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*. Jurnal Teknologi Informasi. Vol 13. No. 2.
- Sukma, Abdurahman.A. 2012.” Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Social Networking Websites”. Jurnal Ekonomi Manajemen,hlm. 300
- Strauss, J., & Frost, R. (2001). *E-Marketing*. New Jersey: Prencite-Hall. Inc., Upper Saddle.
- 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.
- Yanti, R. F., Wahyudi, H., & Amrullah, A. (2023, February). *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Marketplace Blibli di Kota Padang*. In Seminar Nasional Riset Ekonomi dan Bisnis (Vol. 1, No. 2, pp. 376-386).
- Frontier. (2022). *Top Brand Index Tokopedia*. Diakses pada 12 Desember 2022, <https://www.topbrand-award.com/>