

## DAFTAR PUSTAKA

- Buchari, A. (2013). *MANajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Chaffey, D. F. E.-C. (2016). Digital Marketing Strategy, Implementation and Practice Sixth Edition. *Journal of Chemical Information and Modeling*, Vol. 53(Issue 9).
- Dennis,L., Ramadhan, F., Callista, T., Faustine, E., Hendijani, R. B., & Program,B. M. (2020). INFLUENCE OF ONLINE REVIEWS AND RATINGS ON THE PURCHASE INTENTIONS OF GEN Y CONSUMERS : THE CASE OF TOKOPEDIA. 26-40.
- Farki, A. &. (2016). Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap Kepercayaan Dan Minat Pembelian Pada Online Marketplace Di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*.
- Ferdinan.A. (2014). *Metodologi Penelitian Untuk Penulisan SKripsi Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halili Titin Hariyanto dan Lantip Trisunarno. (2020). Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko Online di Shopee. *Jurnal Teknik ITS*, Vol. 9 No. 2.
- Herman Wibisono, K. E. (2020). Pengaruh Online Review dan Online Rating Terhadap Minat Beli PAda Konsumen Pergikulinier Di Surabaya.
- Keller, K. d. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. United States: Pearson Education Limited.
- Lackermir, Georg. Kailer, Daniel & Kanmaz, Kenan. (2013). Importance of Online Product Reviews from a Consumer Perspective. *Advances in Economic and Business*, 1 (1) : 1-5.
- Latief, F. &. (2020). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla. *Jurnal Miari Management*, 139-154.
- Manaroinsong, J. (2013). *Metode Penelitian (Terapan Bidang Ekonomi dan Bisnis)*. Surabaya: CV R.A.De.Reizarie.
- Muhammad Ariq Syah, F. I. (2020). Analisis Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik. *Diponegoro Journal Of Management*, Vol. 9 No. 3, 1-9.

- Ningsih, Putri E S. . (2019). Pengaruh Rating dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Marketplace Shopee. *Skripsi* , 1-93.
- Prasetya, C. M. (2020). *Pengaruh Ulasan Konsumen Online dan Rating Terhadap Minat Reservasi Dengan Persepsi Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening*.
- Putri, L. &. (2016). Factors Influencing Cosmetic Purchase Intention In Indonesia Based On Online Review. *International Coference on Ethics of Business, Economic and Social Science*, 255-263.
- Saipulloh Fauzi, L. F. (2021). Peran Foto Produk, Online Customer Review, Online Customer Rating Pada Minat Beli Konsumen Di E-Commerce. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis, Vol. 2 No. 1*.
- Shahnaz, N. B. (2016). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Online. *Management Analysis Journal*, 389-399.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen Di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

## Sumber Internet

- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/tren-pengguna-e-commerce-2017-2023> (diakses pada September 2021)
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/11/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbesar-pada-kuartal-iv-2020> (diakses pada September 2021)
- <https://digimind.id/10-kategori-produk-terlaris-shopee/> (diakses pada September 2021)
- <https://digimind.id/data-produk-kecantikan-terlaris-di-e-commerce/> (diakses pada September 2021)

