

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz Elwalda. (2016). *The Impact of Online Customer Reviews (OCRs) on Customers' Purchase Decision: An exploration of the main dimensions of OCRs*. Abdul Aziz Elwalda Journal Internasional
- Ahmad Farki, Imam Baihaqi, dan Berto Mulia Wibawa. (2016). *Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Market place di Indonesia*. JURNAL TEKNIK ITS Vol. 5
- Amos Neolaka (2014). *Metode Penelitian dan Statistik*. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- APJII. (2017). Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia. Diperoleh tanggal 09 September 2018, dari <https://apjii.or.id/survei>.
- ARE, A. K. (2019). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN KEPERCAYAAN.
- Armstrong, Kotler 2015, "Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition", England : Pearson Education, Inc
- Azar, S., Khan, S.N., dan Shavaid, J. 2015. Familiarity with Online Retailing, The Journal of Developing Areas, 49 (6):133-144.
- Caesar. (2018, Januari 03). Penjual tidak Merespon, Transaksi Shopee tidak Batal Otomatis. Diambil kembali dari detikNews Web Site: <https://news.detik.com/Cnbcindonesia.com>. Pria Indonesia Lebih Suka Belanja Online Dibanding Wanita. Tersedia: <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/03/22/155001820/80-persen-konsumen-belanja-online-orang-muda-dan-wanita>
- Dikla Purbayudya Ikranegara. (2017). *Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan Online, dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Secara Online*.
- European Paliament (2015) Online consumer review The Case of Misleading of Fake Reviews. Diambil kembali dari <http://www.eesc.europa.eu/>
- Filieri, R., 2016. What makes an online consumer review trustworthy? Annals of Tourism Research, 58, pp.46–64.
- I Made Arya Baskara. 2016. Pengaruh *Online Trust* dan *Perceived Enjoyment* terhadap *Online Shopping Satisfaction* dan *Repurchase Intention* Lazada Indonesia.

- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bandung: Refika Aditama.
- Iprice Group. (2017). Persaingan e-Commerce Indonesia di 2017, Siapa Terpopuler? Diambil kembali dari detikinet web: <https://inet.detik.com/>
- Irene Dwita Putri Sari. 2017. Pengaruh Harga (*Price*), Kenyamanan Konsumen (*Customer Convenience*) Dan Kepercayaan (*Trust*) Terhadap Minat Beli Di Lazada.Co.Id.
- J.Budneya, D. C. (2016). Online survey characterizing vaporizer use among cannabis users. *Drug and Alcohol Dependence*, <https://www.sciencedirect.com/>
- Ketujuh. United Kingdom: John Wiley & Sons.
- Kominfo. (2014). PENETRASI & PERILAKU PENGGUNA INTERNETINDONESIA. Diambil kembali dari kominfo web site: <https://web.kominfo.go.id/>
- Kompas.com. (2015). Tahun 2020, Volume Bisnis E-commerce di Indonesia Mencapai USD 130 Miliar. Diambil kembali dari kompas website: <https://biz.kompas.com/>
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. Pearson Education, Inc.
- Laudon, Kenneth. C., Traver, Carol. G. (2016). *E-commerce Business Technology, Society* (12th ed). : Prentice Hall.
- Lee, Eun-Ju., Shin, S.Y. (2014). When Do Consumers Buy Online Product Reviews? Effects of Review Quality, Product Type, and Reviewer's Photo. *Computers in Human Behavior*, Vol 31, PP. 356-366.
- Lifestyle.kompas.com. 80 Persen Konsumen Belanja Online Orang Muda dan Wanita. Tersedia: <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/03/22/155001820/80-persen-konsumen-belanja-online-orang-muda-dan-wanita>
- Liputan6. (2015). Shopee, Aplikasi Belanja Online C2C Meluncur di Indonesia. Liputan6.com website, <https://www.liputan6.com/>
- Lupiyoadi, , R., & Ikhsan. (2015). *Pratikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

- Ly Thi Minh Pham. 2016. *The Impact of Electronic World of Mouth (E-WOM) to the Purchase Intention for Cosmetic Products of Online Customers: An Investigation in Vietnam*.
- Marketeers.com (2019). Lima Kota Indonesia dengan jumlah pembelanja online terbesar. Diambil kembali dari marketeers website: <https://marketeers.com/>
- Maysita Ichsan. (2018). Pengaruh Consumer Online Rating dan Review terhadap Minat Beli Konsumen pada Marketplace Tokopedia di Wilayah DKI Jakarta. Media Komputindo
- Mediakonsumen.com (2019). Sistem Shopee Tidak Ramah Konsumen. Diambil kembali dari mediakonsumen website: <https://mediakonsumen.com>
- Mo, Z., Li, Y. & Fan, P., 2015. Effect of Online Reviews on Consumer Purchase Behavior. *Journal of Service Science and Management*, 8 (June), pp.419–424.
- Natakusumah, F.A. (2015). *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Ina Cookies Bandung)*. Skripsi pada Universitas Telkom. Bandung.
- Nur Afifah, Yulida. 2018. Pengaruh *Product Knowledge*, *Online Customer Review* dan *Perceived Enjoyment* Terhadap Niat Beli *Smartphone* Dengan *Price Discount* Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Konsumen Situs Jual Beli Online Shopee).
- Pelajaran.id. (2019, 01 04). Pengertian Minat Beli, Aspek, Dimensi, Tahapan dan Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Lengkap. Diambil kembali dari pelajaran.id website: <https://www.pelajaran.id/2019/04/>
- Priansa, Donni Juni. (2017). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Rastogi, A. (2015). *E-Commerce – A Comparison with Physical Markets and Reasons for Its Success*, 8.
- Rhamdani, Fauzan. 2016. Pengaruh *Online Consumer Reviews* Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Belanja *E-Commerce*.
- Riski Rosdiana. 2018. Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara *Online*.
- Santoso, Singgih. (2018). *Menguasai Statistik dengan SPSS 25*. Jakarta: PT Elex
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. 2016. *Research Methods for Business*. Edisi

- Shopee. (2019). Shopee mall. Diambil kembali dari Shopee web: <https://shopee.co.id/>
- Siagian, & Cahyono. (2014). Analisis Website Quality, Trust, dan Loyalty Pelanggan Online Shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran (Vol. 8, No. 2)*.
- Sudaryono. (2014). Perilaku Konsumen: Dalam Perspektif Pemasaran. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto, Dwi. 2014. *Metode Riset Pemasaran*. Bandung : Alfabeta
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, D. (2014). *Procedure Uji Hipotesis untuk Riset Ekonomi*. Yogyakarta: Center of academic Publishing Service.
- Sutanto, Monica Adhelia dan Atik Aprianingsih. 2016. The Effect of Online Consumer Review toward Purchase Intention: A Study in Premium Cosmetic in Indonesia. *Journal International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science*.
- Yoon C. Cho. 2015. *Exploring Factor That Affect Usefulness, Ease Of Use, Trust and Purchase Intention in The Online Environment*.
- Zhiwei Liu, Sangwon Park. 2015. *What Makes a Useful Online Review? Implication for Travel Product Websites*.