

## DAFTAR PUSTAKA

### Referensi Buku

- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Eti Rochaety,dkk. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis Dengan Aplikasi SPSS*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Kurniawan, A. R. (2018). *Dasar-Dasar Marketing*. Yogyakarta: QUADRANT.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *MANAJEMEN PEMASARAN Edisi 12*. Jakarta: PT. Indeks.
- Philip Kotler, Gary Armstrong. (2016). *Principle Of Marketing Sixteenth Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Philip Kotler, Gary Armstrong. (2018). *Principle Of Marketing*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R &D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Buchari Alma. 2011. Management of Marketing and Marketing Services, Molds of Fun. Bandung: Alfabeth.

Dance, Donni Juni. 2017. Integrated Marketing Communication in the Era of Social Media. Bandung: Loyal Library.

### **Penelitian Terdahulu**

Fadilla Anggraini Pramudya Putri, Finisica Dwijayati Patrikha (2023). Pengaruh *E-Service quality* Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik di Aplikasi Soco 2023.

Fitri Nurul Azmi<sup>1</sup>, Arif Sudaryana. (2020). pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi, *E-Service quality*, Online Consumer Reviews, dan Online Trust Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Shopee (2020).

Livia Nita Karina Pasi, Budi Sudaryanto. (2023). Analisis Pengaruh Online *Customer reviews* Dan *Service quality* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (*Studi pada Konsumen Shopee di Kota Semarang*).

Nur Sovia Aulia Zaky, Hari Susanta Nugraha Naili Farida (2022). Pengaruh *E-Service quality* Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (*Studi pada E-Commerce Shopee*).

Yulius Wahyu Setiadi. (2023). Pengaruh Marketing Online Dan *E-Service quality* Terhadap Keputusan Pembelian (*Studi Kasus Pembelian Produk Labbaik Chicken*).

Madina Nurul Ivadah (2021). Pengaruh Customer review Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Fashion Pada E-commerce Shope Tahun 2020.

- Indah Fransiska (2021) Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee di Bandung Pembelian Online Melalui Shopee.
- Devayana Simbar (2022) Pengaruh Online Customer Review Terhadap Persepsi Konsumen pada Produk Scarlett Whitening di Marketplace Shopee.
- Yuga Raihan (2022) Pengaruh Online Customer Review Dan Rating (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Aplikasi E-commerce Shopee (*Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Bandung*).
- Satrina Yuliarta (2022) Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Penggunaan Jasa Pengiriman ( *Studi Kasus Pada Pelanggan PT. Jalur Nugraha Ekakurir /JNE Cabang Pematangsiantar*).
- Van Dat TRAN , Nhat Minh Trang LE(2020). Impact of *Service quality* and Perceived Value on Customer Satisfaction and Behavioral Intentions: Evidence from Convenience Stores in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business Vol 7 No 9 (2020)*.
- Muhammad Shoaib Farooqa, Maimoona Salamb, Alain Fayollec, Norizan Jaafard , Kartinah Ayuppd(2017). Impact of *service quality* on customer satisfaction in Malaysia airlines: A PLS-SEM approach. *Journal of Air Transport Managemen 67 (2018) 169-180*.
- Rini Astuti1 (2018). The Influence Of Consumer Reviews Prices And Online On Product Purchase Decisions In Fashion Category In Shopee (Case Study Of Faculty Of Economics And Business, University Of Muhammadiyah Sumatera Utara)

Chintya Hartono, Yunita Budi Rahayu Sillintowe, Andrian Dolfiandra Huruta (2018). The Ease Of Transaction And E-Service quality Of E-Commerce Platform On Online Purchasing Decision. *Volume 12, Issue 2, April 2021*.

Ivan Ventre & Diana Kolbe (2020). T The Impact of Perceived Usefulness of Online Reviews, Trust and Perceived Risk on Online Purchase Intention in Emerging Markets: A Mexican Perspective, *Journal of International Consumer Marketing 2020*

**Website**

<https://www.Tokopedia.com> diakses tanggal 26 Desember 2023

<https://www.wearesocial.com>, diakses tanggal 1 April 2023

[https:// databooks.kadata](https://databooks.kadata), diakses tanggal 1 April 2023