

## DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alwafi, Fachrizi. Magnadi, Rizal. 2016. "Pengaruh Persepsi, Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Tokopedia.com." *Journal of Management* 5: 1–15.
- Arianto, Nurmin dan Sabta Ad Difa. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada PT. Nirwana Gemilang Property. *Jurnal Disrupsi Bisnis: Vol. 3, No.2, Juli 2020*.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- \_\_\_\_\_. 2013. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asri, Marwan. 2013. *Marketing*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Penerbit UPP-AMP YKPN.
- Danty, Nabillah Sukma. 2020. Pengaruh *Online Consumer Review* dan *Rating* terhadap Kepercayaan Kosumen dan Keputusan Pembelian pada *E-Commerce Shopee* di Kota Pekabaru. *JOM FEB, Volume 7 Edisi 2 (Juli-Desember 2020)*.
- Darmawan, Arief dan Bulan Prabawani. 2020. *Pengaruh Promosi dan Persepsi Nilai terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Cicil.co.id di Kota Semarang)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Desra. 2019. *Pengertian, Jenis dan Manfaat Pemasaran Online*. <https://www.jurnal.id/id/blog>.
- Dzulkaqarnain, Iskandar. 2019. Pengaruh Fitur *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk pada *Marketplace Shopee*. Skripsi Jurusan Ilmu Administrasi. Jember: Universitas Jember.
- Elias, Melissa Carmia. 2018. Analisis Strategi Bersaing pada Perusahaan Biro Perjalanan di Malang. *Agora Volume 6, No. 2, (2018) 1-6*.
- Ferdinand, Augusty, 2016, *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Filieri, R., 2014. What makes online reviews helpful? A diagnosticity-adoption framework to explain informational and normative influences in e-WOM. *Journal of Business Research*, 68(6), pp.12611270.
- Ghozali, Imam, 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gujarati, Damodar N. 2015. *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Buku II. Edisi Kelima. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Harahab, Delila Fitri. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Online Terhadap Minat Beli Konsumen Mobil Second di Dealer Bossmobilindo Kecamatan Rimbo Bujang Kabupaten Tebo. *Jurnal Agri Sains Vol, 1 No.01 (2017)*.
- Hasan, Ali. 2019. *Marketing*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Hsu, Y. and Pham, H. 2015. Effects of reference pricing on customer purchasing intention. *International Review of Management and Business Research*. Vol. 4, Issue 4, pp. 1156-1170.
- Idayanti. 2021. Analisis Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online (Studi Kasus Rute Penerbangan Palembang–Cengkareng). *Integritas Jurnal Manajemen Profesional (IJMPro) Volume 2 Nomor 1 Edisi Januari 2021 P-ISSN : 2722-0958- E-ISSN : 2722-094X*.
- Iswara, Kevin Aditya. 2020. Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat di Tiket.com. *ISSN : 2355-9357 e-Proceeding of Management : Vol.7, No.2 Agustus 2020*.
- Kanitra, Althaf Revi. 2018. Pengaruh *Country of Origin* dan *Online Consumer Review* terhadap *Trust* dan Keputusan Pembelian. Malang: Universitas Brawijaya.
- Kevin. 2018. Pengaruh *Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia. Bandung: Universitas Kantholik Parahyangan.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2018. *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta: Prenhalindo.
- Lackermair, Kailer & Kanmaz. 2013. Importance of Online Product Reviews from a Consumer’s Perspective. *Advances in Economics and Business*, hal 1-5.
- Lamb, et. al, 2016, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Salemba Empat.
- Latief, Fitriani dan Nirwana Ayustira. 2020. Pengaruh *Online Costumer Review* dan *Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla. *Jurnal Mirai Management Terakreditasi Nasional e-ISSN : 2597 - 4084, Volume 6 No.1 2020*.
- Mal, Lydia Herlina. 2018. Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Onlinedi Situs Traveloka.Com pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Humaniora Universitas Dhyana Pura Bali. *Vol.13, No.1. 28 Februari 2018 ISSN 1978-6069*.

- Megawati, Nana. 2018. "Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* Terhadap Minat Pembelian pada *Online Shop* (Studi Kasus : Pelanggan *Online Shop* Lazada pada Mahasiswa Feb Unila)" Bandar Lampung: Universitas Lampung.
- Meidhiyanti, Rr Irish Reza. 2021. *Analisis Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, dan Online Customer Review and Rating Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee dengan Minat Beli Konsumen Sebagai Variabel Intervening*. Salatiga: IAIN Salatiga.
- Ningsih, Eliska Sri Putri. 2019. Pengaruh *Rating* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Pada Marketplace Shopee. Skripsi Jurusan Manajemen. Makasar: Universitas Muhammadiyah Makasar.
- Peter, J.Paul & Jerry C.Olson. 2012. *Consumer Behavior Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Prastowo, Lancarya. 2016. *Pengaruh Promosi Online terhadap Keputusan Pembelian*. Purworejo: Universitas Muhammadiyah.
- Pribadi, Wikan. 2010. "Cara Efektif Mendatangkan Pelanggan Lewat Internet: Mempromosikan Bisnis dan Menjaring Pasar Lebih Luas, Jakarta: Bukune.
- Puspitasari, Intan. 2018. Multiatribut yang Mempengaruhi Preferensi Belanja Online Produk Fashion (Studi pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Madura). Skripsi. Pamekasan: Universitas Madura.
- Rahmawati. 2018. Pengaruh Harga dan Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Shofee*. *Jurnal Riset Sains Manajemen Volume 2 Nomor 4 Tahun 2018*.
- Rido, Fathur. 2019. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Memilih Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening. *Kompetensi, Vol 13, No 1, April 2019*.
- Rohmatulloh, Cincin dan Devilia Sari. 2020. Pengaruh *Online Customer Review* terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening pada Shopee. Bandung: Universitas Telkom.
- Schiffman, L.G. and L.L. Kanuk. 2010. *Perilaku Konsumen*. (Alih Bahasa: Zoelkifli Kasip). Jakarta: Penerbit PT Indeks Gramedia.
- Singarimbun, M dan Effendi, S. 2019. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3S.
- Subekti, Sitti, 2017. Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Membeli Tiket Maskapai Penerbangan Lion Air Rute Lampung-Jakarta. *Warta Penelitian Perhubungan, Volume 29, Nomor 1, Januari-Juni 2017*.
- Sugiyono, 2015, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta.
- Sulianta, Feri. 2015. *Keajaiban Media Sosial*. Jakarta: Elex Media Kompetindo.

- Supit, Natasya. 2019. Pengaruh Lingkungan Kerja dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Pegawai di Balai Pelaksanaan Jalan Nasional XVI Ambon. *Jurnal EMBA Vol.7 No.3 Juli 2019*.
- 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*.
- Swastha, Basu. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2011, *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Taufik, Allief Muhammad Iqbal. 2020. Pengaruh Persepsi Harga, Keterlibatan Produk, dan Tekanan Waktu terhadap Minat Beli Flash Sale di Shopee. *Prosiding The 11th Industrial Research Workshop and National Seminar Bandung, 26-27 Agustus 2020*.
- Thamrin, A. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, Fandy, 2015, *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, Yogyakarta: ANDI.
- Triastuti, Yuli. 2018. Keputusan Pembelian Konsumen pada Situs Online Traveloka Ditinjau Dari Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan Vol. 15 No. 02 - Desember 2018 p-ISSN 1858-1048*.
- Wicaksono, Panji Usmar dan Mudiantono. 2017. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi Terhadap Citra Merek dan Minat Beli Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian Kartu Perdana XI Axiata di Semarang. *Diponegoro Journal of Management Volume 6, Nomor 2, Tahun 2017*.
- Widhyanto, Dismas Gilang. 2016. Studi Tipe Perilaku Pembelian Impulsif Pada Konsumen Generasi Y. *Jurnal Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta*.
- Xie, K. L., Chen, C., & Wu, S. 2016. Online Consumer Review Factors Affecting Offline Hotel Popularity: Evidence from Tripadvisor. *Journal of Travel and Tourism Marketing, 33(2), 211–223. <https://doi.org/10.1080/10548408.2015.1050538>*
- Yasmin, Afrina. Sadia Tasneem, dan Kaniz Fatema, 2015. Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age: An Empirical Study. *International Journal of Management Science and Business Administration, No. 1 April 2015*.
- Yoebrilianti, Anggit. 2018. Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Produk Fashion dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderator (Survei Konsumen Pada Jejaring Sosial). *Jurnal Manajemen Volume 8, Nomor 1, Juni 2018*.

Zhao, X., Liang, W , Xiao, G., and Rob, L., 2015, The influence of online reviews to onlinehotel booking intentions,. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol 27 no 6, 1343-1364.

