

DAFTAR PUSTAKA

- Alfirdausi, K., Marpaung, N. N., Manajemen, M. P., Tinggi, S., Ekonomi, I., Sekolah, T., Ilmu, T., & Tribuana, E. (2022). Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee di Kabupaten Bekasi. *JURNAL PARAMETER*, 7(1), 181–192.
- Anggraini, N., Yolandika, C., Utoyo, B., & Irawati, L. (2022). *Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Lada Di Provinsi Lampung* (Vol. 23, Issue 1).
- Anwar, I. (2015). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Budhi Satrio Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4.
- Astuti, S. I., Arso, P., Wigati, A., Fakultas, M., Masyarakat, K., Diponegoro, U., Dosen,), Administrasi, B., & Kesehatan, K. (2015). *Analisis Standar Pelayanan Minimal Pada Instalasi Rawat Jalan Di Rsud Kota Semarang* (Vol. 3, Issue 1). <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/jkm>
- Basuki, & Sulistiyo. (2015). *Metode Penelitian*. Wedatama Widya Sastra.
- Chatterjee, P. (2001). *Online Reviews: Do Consumers Use Them?* Association for Consumer Research.
- Cheung, C. M. K., & Rabjohn. (2008). *The Impact of Electronic Word-of-Mouth: The Adoption of Online Opinions in Online Customer Communities* (18th ed.).
- Cheung, M. Y., Luo, C., Sia, C. L., & Chen, H. (2009). Credibility of Electronic Word Of Mouth: Informational and Normative Determinants of On-Line Consumer Recommendations. *International Journal of Electronic Commerce*, Vol.13 No.4.
- Chevalier, & Mayzlin. (2006). *The Effect of Word of Mouth on Sales: Online Book Reviews.*: Vol. Vol.43.
- Davis, A., & Khazanchi, D. (2008). An Empirical Study of Online Word of Mouth as a Predictor For Multi-Product Category E-Commerce Sales. *Electronic Markets*, Vol.18 No.2.

- Firmansyah, & Gugus. (2012). *Pengaruh Harga." Reputasi Vendor, Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia (Studi pada Masyarakat Kabupaten Kebumen).*
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS.* Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunarsih, C. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik, Universitas Sam Ratulangi*, 2.
- Hennig-Thurau. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet? *Journal of Interactive Marketing*,.
- Ivadah, M. N., & Sharif, O. O. (2021). The Influence Of Product Review On Purchase Decision Product Fashion Customer In E-Commerce Shopee. *Agustus*, 8(4), 3282.
- Khairinal. (2016). *Menyusun: Proposal,Skripsi,Thesis dan Disertasi.* Salim Media Indonesia.
- Kosasih, & Hasanah, A. (2022). Pengaruuh Online Customer Review Dan Promosi Menggunakan Aplikasi Titok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Implora Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 103–114.
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *A Framework For Marketing Management.*
- Latifa, & Nariyatul, U. (2016). *Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, Tagline “Gratis Ongkir” Dalam Bisnis E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Kudus Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan 2016).*
- Lee. (2008). *Is University Education a Golden Key for a Happy Life.*
- Lee, Dou, Walden, & Lee. (2012). *Computers in Human Behavior Does source matter ? Examining source effects in online product reviews.*
- Malau, H. (2016). *Manajemen Pemasaran.* Alfabeta.

- Mangold, & Bambauer-Sachse. (2011). Brand equity dilution through negative online word-of-mouth communication. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 38–45.
- Mayasari, & Suwarni. (2011). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Bisnis*.
- Moe, Trusov, M., & Wendy, W. (2011). The value of social dynamics in online product ratings forums. *Journal of Marketing Research*, Vol.48 No.3, 444–456.
- Mokodompit, H. Y., Lopian, J., & Roring, F. (2022). Pengaruh Online Customer Rating, Sistem Pembayaran Cash On Delivery Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Dan Alumni Equil Choir FEB UNSRAT). *Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi*, 10.
- Mudambi, & Schuff. (2006). *What makes a helpful review? A study of customer reviews on Amazon*.
- Noviyanti, I., Sunarsi, D., & Wijoyo, H. (2021). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Cipondoh. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 4(1), 43–54. <https://doi.org/10.32500/jematech.v4i1.1447>
- Park, D.-H., & Sara, K. (2008). *The Effects of Consumer Knowledge on Message Processing of Electronic Word-of-Mouth via Online Consumer Reviews*.
- Peter, & Olson. (2010). *Consumer Behavior & Marketing Strategy, Ninth Edition*. McGraw Hill.
- Priyanto, & Duwi. (2010). *Paham Analisa Statistik dengan SPSS*. MediaKom.
- Purnomo, S., Akbar, & Usman. (2017). *Metodologi Penelitian Sosial*. PT. Bumi Aksara.
- Ramadhana, R., Fraick, M., & Ratumbuysang, N. G. (2022). *Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Influence Of Online Customer Review On Purchase Decisions On The Marketplace*.

- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Cetakan Ke-24). Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV.
- Supriyadi, & Edi. (2014). *SPSS +Amos*. In Media.
- Suryani, M., Adawiyah, N. N., & Beliya, E. (2022). Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Sociolla Pada Masa Pandemi Covid-19. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research (FJMR)*, 1(1), 49–74. <https://doi.org/10.55927>
- Swastha, B., & Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. 9794990132, 118.
- Syahputra, & Dwiki, R. (2020). *Peran Ulasan Dan Harga Dalam Meningkatkan Penjualan Di Marketplace*.
- Tjiptono. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan* (Edisi 1). ANDI.
- Tjiptono, & Fandi. (2014). *Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*.
- Tsao, L. F. (2014). The Relationship Between Package Redesign And Purchase Intention. *The International Journal of Organizational Innovation*, Vol.6 No.3, 50–62.