

DAFTAR PUSTAKA

- Aftika Sonia, K. W. (2020). Pengaruh Rating Review Belanja di Shopee Terhadap Minat Beli. *Jurnal Manajemen Bisnis (IMB)*, 33(2), 141–149.
- Agesti, N., Ridwan, M. S., & Budiarti, E. (2021). The Effect of Viral Marketing, Online Customer Review, Price Perception, Trust on Purchase Decisions with Lifestyle as Intervening Variables in the Marketplace Shopee in Surabaya City. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, Volume 8(Issue 3), 496–507.
- Aisyah, S. (2020). Analisis Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pembelian Secara Online Pada Hilma Olshop. *Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi*, 1. <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/1854/>
- Ardianto, K., Nuriska, F. P., & Nirawati, L. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Emina Pada Official Store Shopee Di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(2), 62. <https://doi.org/10.31599/jmu.v2i2.759>
- Aristiwati, I. N. (2020). Pengaruh Herding dan Overconfidence Terhadap Keputusan Investasi. *Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi*.
- Asri, W. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee. *Administrasi Bisnis*, 1–11.
- Baihaqi, I. (2016). *Pengaruh Online Customer Review dan Rating terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Marketplace di Indonesia*. May, 31–48.
- Chen, C. C., & Chang, Y. C. (2018). What Drives Purchase Intention On Airbnb? Perspectives Of Consumer Reviews, Information Quality, and Media Richness. *Telematics and Informatics*, 35(5), 1512–1523. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.03.019>
- Damayanti, R. S. (2019). Pengaruh Online Customer Review And Rating, E-Service Quality Dan Price Terhadap Minat Beli Pada Online Marketplace Shopee. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1–55.
- Daulay, N. (2020). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee. *Skripsi Universitas Sumatra Utara*, 28–30.
- Derave, T., Sales, T. P., Gailly, F., & Poels, G. (2021). Understanding Digital Marketplace Business Models : An Ontology Approach. *Computer Science*, 1–12.
- Elwalda, A., Lü, K., & Ali, M. (2016). Perceived Derived Attributes Of Online Customer Reviews. *Computers in Human Behavior*, 56(0), 306–319. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.11.051>
- Fahimah, M. (2019). Minat Beli Pada Marketplace Unicorn Di Indonesia Tokopedia Dan Bukalapak. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 1–12.
- Farhan Hasrul, A., Suharyati, & Sembiring, R. (2021). Analisis Pengaruh Online Customer Review dan Rating terhadap Minat Beli Produk Elektronik di Tokopedia. *Konferensi*

- Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi.*, 2(1), 1352–1365.
<https://conference.upnvj.ac.id/index.php/korelasi/article/view/1155/857>
- Farki, A. (2016). Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap Kepercayaan Dan Minat Pembelian Pada Online Marketplace Di Indonesia. *Manajemen Bisnis*.
- Farki, A., Baihaqi, I., & Wibawa, M. (2016). *Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap Kepercayaan Dan Minat Pembelian Pada Online Marketplace Di Indonesia*. 5(2).
- Fitri, A. (2019). Pengaruh Kepercayaan dan Risiko terhadap Minat Beli Belanja Online. *Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (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 Sistem dan Industri*, 9(2).
- Hussein, A. S. (2015). Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares dengan SmartPLS 3.0. *Universitas Brawijaya*, 1, 1–19.
<https://doi.org/10.1023/A:1023202519395>
- Ichsan, M., Jumhur, H. M., Hum, M., & Dharmoputra, S. (2018). Pengaruh Consumer Online Rating and Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia Di Wilayah Dki Jakarta Effect of Consumer Online Rating and Review To Buying. *e-Proceeding of Management*, 5(2), 1828–1835.
- Idris, A. W. (2018). Pengaruh Promosi, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Beli Di Situs Bukalapak. *Diponegoro Journal Of Management*, 7, 1–6.
- Indonesia Internet Provider Association. (2020). APJII. In *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia* (Vol. 74, hal. 1).
<https://apjii.or.id/content/read/104/503/BULETIN-APJII-EDISI-74---November-2020>
- Johannes, C. S., & Siagian, V. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, Kepercayaan, Dan Price Discount Terhadap Minat Beli Di Aplikasi Tokopedia. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (JPIM)*, 6(2), 98–112.
- Kayati. (2016). Peran Theory Of Reasoned Action Terhadap Minat Menggunakan Produk Bagi Hasil Bank Syariah. *Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi*, 3(July), 1–23.
- Kotler & Keller. (2016). *Capturing Marketing Insights (Electronic Version)*. In *Marketing Management*.
- Kurnia, S., & Jontro, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Di Situs E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 81–89.
- Kurniawan Bayu. (2021). Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Minat Pembelian di Lazada. *Jurnal Ilmiah Bisnis Manajemen dan Akuntansi*, 5(2), 121–129.
<https://doi.org/10.12962/j23373539.v5i2.19671>
- Luqman Muhammad. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Marketplace Shopee

- dalam Program Flash Sale Perspektif Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam. In *Fakultas Hukum Ekonomi Syariah* (Vol. 4, Nomor 1).
- Maulana, F., & Santy, R. D. (2021). Pengaruh Ulasan Online Terhadap Niat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening. *Journal of Economics, Management, Business, and Accounting*, 1(1), 91.
- Mulyati, Y., & Gesitera, G. (2020). Pengaruh Online Customer Review terhadap Purchase Intention dengan Trust sebagai Intervening pada Toko Online Bukalapak di Kota Padang. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 9(2), 173. <https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.538>
- Nasution, S. (2017). Variabel Penelitian. *Jurnal Pendidikan Guru*, 05(02), 1–9. <http://jurnaltarbiyah.uinsu.ac.id/index.php/raudhah/article/view/182>
- Novita, S. (2021). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian Konsumen Pada Desa Sialang Jaya. *Ekonomi*, 1, 149.
- Perwira Riski. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Harga, Dan Kemudahan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Online. *Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi*.
- Picaully, M. R. (2018). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Gadget Di Shopee Indonesia. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(November), 31–40.
- Prashandyawan, B. Y., Hetami, A. A., Wahyuni, A., & Arsyad. (2019). Pengaruh E-Commerce Tokopedia.Com Terhadap Minat Beli Pakaian Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Mulawarman. *Journal Ilmu Komunikasi*, 7(4), 267–279.
- Prof.Dr.Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D)*. 456.
- Putra, D. P., Suprihartini, L., & Kurniawan, R. (2021). Celebrity Endorser , Online Customer Review , Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Bahtera Inovasi Fakultas Ekonomi Manajemen*, 5(1), 57–65.
- Putri, M. (2021). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Lazada Di Kecamatan Rumbio Jaya. *Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi*, 11771201103, 82. https://www.ijrrjournal.com/IJRR_Vol.8_Issue.2_Feb2021/IJRR-Abstract055.html
- Risma, Munte, N., Girsang, R., & Safitri, A. (2020). Pengaruh Online Consumer Review Dan Rating Terhadap Kepercayaan Dan Minat Marketplace Shopee. *Jurnal Education and Development*, 8(3), 187–192. <https://journal.ipts.ac.id/index.php/ED/article/view/1910/996>
- Rohmatulloh, C., & S. (2019). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Shopee. *Proceedings of Management*, 3(2), 58–66. <http://www.tjyybjb.ac.cn/CN/article/downloadArticleFile.do?attachType=PDF&id=9987>

- Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2019). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 318. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v11i1.20164>
- Saleh Sirajuddin. (2016). Analisis Data Kualitatif. *Analisis Data Kualitatif*, 180. <https://core.ac.uk/download/pdf/228075212.pdf>
- Sari, D. M. F. P., & Mitafitrotin, M. (2020). Perceived Price, Product Design dan Online Customer Review Terhadap Purchase Intention pada Produk Wardah Di Marketplace Shopee Mall. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 81–89.
- Sari Fauzi Purnama. (2021). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Online Di E-Commerce Pada Mahasiswa UMSU. *Ekonomi dan Bisnis*, 82.
- Sari, S. (2019). Pengaruh Kelompok Referensi, Online Customer Review Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 45–80. <http://eprintslib.umngl.ac.id/>
- Sihotang, T. (2020). The Effect Of Online Customer Reviews And Online Customer Ratings On Hotel Room Booking With Trust As Intervening Variable. *Technium Social Sciences Journal*, 7, 312–320. <https://techniumscience.com/index.php/socialsciences/article/view/332/124>
- Sinaga, I. W., Ab, S., & Ab, M. (2016). Pengaruh Trustmarks dan Kualitas Layanan terhadap Kepercayaan Pelanggan Online Shop. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi, dan Manajemen Bisnis*, 4(1), 21–27.
- Subagio Dyajeng, H. S. (2020). Price Discount : Pengaruhnya terhadap Online Customer Review dan Purchase Intention pada Konsumen Online Marketplace Platform pada Masa Pandemi Covid-19. *Manajemen Ekonomi*.
- Syarifah, E., & Karyaningsih, K. (2021). Pengaruh Online Customer Review dan Kepercayaan terhadap Minat Beli pada Marketplace Lazada. *Economics and Digital Business*, 2(2), 222–231. <https://doi.org/10.37531/ecotal.v2i2.87>
- Thakur, R. (2018). Customer Engagement and Online Reviews. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 41(February 2017), 48–59. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.11.002>
- Tilaar, F., & Roring, F. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Dan Motivasi Terhadap Minat Beli Pengguna Shoppe Secara Online Pada Anggota Pemuda Gmim Zaitun Mahakeret. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(4), 2028–2037. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.20932>
- Wahyudi Taesar, S. S. (2019). *Online Customer Reviews dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen Remaja Kota Mataram Pada Pembelian Produk Fashion Shopee Online Shop*. 1–7. www.amazon.com
- Wibisono, H., & Wijaya, K. (2021). Pengaruh Online Review Dan Online Rating Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Pergikuliner Di Surabaya. *Manajemen Bisnis dan Ekonomi*.
- Wibowo, Y. S. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kepercayaan Konsumen

Terhadap Minat Beli Konsumen Di Tokopedia. *Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis*.

Zahara, A. N., Rini, E. S., & Sembiring, B. K. F. (2021). The Influence of Seller Reputation and Online Customer Reviews towards Purchase Decisions through Consumer Trust. *International Journal of Research and Review*, 8(2), 422–438. https://www.ijrrjournal.com/IJRR_Vol.8_Issue.2_Feb2021/IJRR-Abstract055.html

WEBSITE

Gojek (2021) Gojek dan Tokopedia Bentuk GoTo, Grup Teknologi Terbesar di Indonesia dan Ekosistem Andalan dalam Menjalani Keseharian <https://www.gojek.com/blog/gojek/goto/> (Diakses pada tanggal 14 November 2021)

Yasmin Putri (2020) 5 Unicorn Indonesia, [/https://finance.detik.com/fintech/d-4907515/5-unicorn-indonesia-ini-daftar-lengkapnya](https://finance.detik.com/fintech/d-4907515/5-unicorn-indonesia-ini-daftar-lengkapnya) (Diakses pada tanggal 19 Oktober 2021)

Sudjatmiko Tomi (2021) Kuartal I/2021, Tren Belanja Elektronik Masyarakat Jateng Melonjak 200 Persen <https://www.krjogja.com/ekonomi/bisnis/kuartal-i-2021-tren-belanja-elektronik-masyarakat-jateng-melonjak-200-persen/2/> (Diakses pada tanggal 10 Desember 2021)

Hadijah Siti (2016) Mau Pintar Bisnis online? Kenali Istilah Ini <https://www.cermati.com/artikel/mau-pintar-bisnis-online-kenali-istilah-ini> (Diakses pada tanggal 15 Oktober 2021)

Pebrianto Fajar (2021) Gojek Merger dengan Tokopedia Lahirkan GoTo, jadi Kolaborasi Terbesar di Asia <https://bisnis.tempo.co/read/1463089/gojek-merger-dengan-tokopedia-lahirkan-goto-jadi-kolaborasi-terbesar-di-asia> (Diakses pada tanggal 14 November 2021)

Jatengpos.co.id (2021) E-Samsat Tokopedia Naik 4 Kali Lipat <https://jatengpos.co.id/e-samsat-tokopedia-naik-4-kali-lipat/arif/> (Diakses pada tanggal 10 Desember 2021)

Wawasan.co (2021) Cara Mudah Bayar Pajak Kendaraan di Jateng, lewat Transaksi Tokopedia E-Samsat <https://wawasan.co/index.php/news/detail/17518/cara-mudah-bayar-pajak-kendaraan-di-jateng-lewat-transaksi-tokopedia-e-samsat> (Diakses pada tanggal 11 Desember 2021)

Khoirunnisaa Jihan (2021) Usung Hyperlocal, Tokopedia Dorong UMKM Jateng Lebih Mandiri <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5536280/usung-hyperlocal-tokopedia-dorong-umkm-jateng-lebih-mandiri> (Diakses pada tanggal 10 Desember 2021)

Panda Mas (2021) Ingin Jualan Laris di Tokopedia? Bangun Reputasi Seller Anda Saat Ini Juga <https://pandagila.com/jualan-laris-tokopedia-bangun-reputasi-seller/> (Diakses pada tanggal 16 November 2021)

Iprice Group (2018) Peta E-commerce Indonesia <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/> (Diakses pada tanggal 10 November 2021)

Bisniz.id (2021) Wajib Tahu, Buyer Adalah? Kenali 3 Tipe Pembeli Dalam Bisnis <https://bisniz.id/pengertian-buyer/> (Diakses pada tanggal 11 Januari 2022)

