

Referensi

- Anggaraini, Chindy Ayu. 2018. "Cyberbranding Supaya Membangun Brand Awareness Shoppe Indonesia". *Jurnal Komunikasi dan Media*. Vol.2, No.2.
- Arbaini, Pratiwi, dkk. 2020. "Pengaruh Consumer Online Rating dan Review terhadap Keputusan Pembelian Ada Pengguna Marketplace". *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol.7, No.1
- Fakri, Ahmad. 2016. "Pengaruh Online Consumer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian Pada Online Marketplace Indonesia". Surabaya.
- Haryanto, Resty Avita. 2013. "Strategi Promosi Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran MC Donald's". Manado: EMBA.
- Septifani, R., Achmadi, F., & Santoso, I. (2014). Pengaruh Green Marketing , Pengetahuan dan Minat Membeli terhadap Keputusan Pembelian. 13(2), 201–218.
- Setiawan, S. A.(2018). Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening *Jurnal Manajemen Pemasaran* –Agustus 2018 , 1–12.
- Setiawaty, N. (2017). Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Samsung Galaxy Series (Studi Kasus Mahasiswa/I Universitas Gunadarma, Depok). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 22(1), 96601.

- Sholihat, A. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Krema Koffie. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Haniscara, N. A., & Saino, S. (2021). Pengaruh *Online Customer Review* dan tagline terhadap keputusan pembelian produk fashion di marketplace shopee dengan minat beli sebagai variabel intervening: studi pada generasi muda Surabaya. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5(1), 533-543.
- Puspita, D. F., Harini, C., & Jalantina, D. K. (2022). “Pengaruh *Online Customer Review* Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening”(Studi Kasus di Kota Semarang). *Journal of Management*, 8(2).
- Ngadimen, A. N., & Widyastuti, E. (2021). Pengaruh social media marketing, *Online Customer Review*, dan religiusitas terhadap keputusan pembelian konsumen shopee di masa pandemi Covid-19 dengan minat beli sebagai variabel intervening. *Journal of Management and Digital Business*, 1(2), 122-134.
- Bahar, A., & Sjahrudin, H. (2017). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang.
- Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018, November). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen (studi kasus pada alfamart di Kota Medan). In *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia* (Vol. 1, No. 1, pp. 83-88).

- Bakti, U. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 101-118.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). ES-QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of service research*, 7(3), 213-233.
- Ashari, R., & Widayanto, W. (2019). Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Sikap Pengguna Pada Situs Belanja Online Lazada.Com. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.00>
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, W. (2019). Pengaruh online customer review dan online customer rating terhadap keputusan pembelian melalui marketplace Shopee.(Studi pada mahasiswa aktif FISIP Undip). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(2), 55-66.
- Barriyah, K., & Suyanto, A. M. A. (2019). Pengaruh E-service Quality Terhadap Minat Beli Pengunjung Toko Online Shopee. co. id: Effect Of E-service Quality On Purchase Intention Visitor Online Store Shopee. co. id. *eProceedings of Management*, 6(1).
- Japarianto, E. (2019). Pengaruh retail service quality terhadap minat berkunjung ulang mall di Surabaya melalui perceived quality dan customer satisfaction sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 17-26.

- Boediono, M., Christian, S., & Immanuel, D. M. (2018). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen Sealantwax. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 3(1), 90-99.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2002). Service quality delivery through web sites: a critical review of extant knowledge. *Journal of the academy of marketing science*, 30(4), 362-375.
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 4(2).
- Rohmatulloh, C., & Sari, D. (2021). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Shopee. *eProceedings of Management*, 8(3).
- Sriyanto, A. (2018). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, dan Testimoni terhadap Keputusan Pembelian. *Financial Marketing Operational Human Resources*, 1(02).
- Adila, S. N., & Aziz, N. (2019). Pengaruh Strategi Promosi terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh minat beli pada konsumen Restoran KFC cabang khatib Sulaiman Padang.
- Hilmawan, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Rekaman: Riset Ekonomi Bidang Akuntansi dan Manajemen*, 3(3), 154-166.

Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., Turban, D. C., Turban, E., ... &
Turban, D. C. (2015). Overview of electronic commerce. *Electronic
Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective*, 3-49.

