

## DAFTAR PUSTAKA

- Almayani, R. N., & Graciafernandy, M. A. (2023). *Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating dan Online Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee*. 5, 97–107.
- Amelia, R. D., Michael, M., & Rachman Mulyandi. (2021). Analisis online consumer review terhadap keputusan pembelian pada e-commerce kecantikan. *Analisis Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada E Commerce Kecantikan*, 2(2), 1–7.  
<https://jlist.publikasiindonesia.id/index.php/jlist/article/view/80>
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, M. A. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–11.
- Blibli com. (n.d.). *Visi Misi Blibli.com*. About.Blibli.Com.  
<https://about.blibli.com/id/about>
- Com, L. (2021). *Alasan Pelaku UMKM Perlu Jualan di E-Commerce*. [Www.Liputan6.Com. https://www.liputan6.com/bisnis/read/4546555/alasan-pelaku-umkm-perlu-jualan-di-e-commerce?Page=2](https://www.liputan6.com/bisnis/read/4546555/alasan-pelaku-umkm-perlu-jualan-di-e-commerce?Page=2)
- Deasy, M. (2021). *Pengertian dan Perbedaan Media Cetak dan Elektronik serta Contoh-Contohnya*. [Timesindonesia.Co.Id](https://www.timesindonesia.co.id).
- Ghozali, G. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP.
- Hanindita, B. (2022). *Pengertian Hipotesis, Fungsi, dan Jenisnya dalam Penelitian*. [Www.Detik.Com. https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6299582/pengertian-hipotesis-fungsi-dan-jenisnya-dalam-penelitian](https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6299582/pengertian-hipotesis-fungsi-dan-jenisnya-dalam-penelitian)
- Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2021). *Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko Online di Shopee*. 9(2),

71–78. <https://doi.org/10.1145/1133890.1133898>

Jain, V., Malviya, B., & Arya, S. (2021). An Overview of Electronic Commerce (e-Commerce). *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, 27(3). <https://doi.org/10.47750/cibg.2021.27.03.090>

Jayani, D. H. (2021). *Peta Persaingan E-Commerce di Indonesia*. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/ariayudhistira/infografik/61b945392d739/peta-persaingan-e-commerce-di-indonesia>

Kotler, P., Keller, K., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management*.

Kotler, P., Wong, V., Saunders, J., & Armstrong, G. (2020). Principles of Marketing. Fourth european edition. In *Pearson* (Vol. 38, Issue 151). <http://library.wbi.ac.id/repository/212.pdf>

Laili Hidayati, N. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (IPTN)*, 06(3), 77–84. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/24741/22654>

Lalamove, L. (2023). *Jasa Ekspedisi: Pengertian dan Keunggulan Layanan*. [Www.Lalamove.Com](http://www.lalamove.com).

Mauludin, M. S., Saputra, A. D., Sari, A. Z., Munawaroh, I., & Regita, E. P. (2022). *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di e-Commerce*. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings>

Muchlisin, R. (2023). *Online Customer Review - Pengertian, Aspek, Syarat dan Indikator*. [Www.Kajianpustaka.Com](http://www.kajianpustaka.com). <https://www.kajianpustaka.com/2023/02/online-customer-review.html?M=1>

Muhammad, I. (2022). *Pengertian e-commerce dan bedanya dengan marketplace*. [Money.Kompas.Com](http://money.kompas.com). <https://money.kompas.com/read/2021/09/11/191943626/pengertian-e->

commerce-dan-bedanya-dengan-marketplace?Page=all

Nurhodijah, F. S., & Indriani, F. (2022). Analisis Pengaruh Produk, Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi Review Konsumen. *Diponegoro Journal of Management*, 11(5), 1–9. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>

Oktoviana, M. (2023). *Siapa Pemilik Bilibli? Ini Sosoknya*. Economy.Okezone.Com. <https://economy.okezone.com/read/2023/05/29/320/2821926/siapa-pemilik-bilibli-ini-sosoknya>

Pongsatorn, T. (2018). *Influence of Online Review and Rating System towards Consumer Preferences in Hospitality Sector*.

Rahman, A. M. (2022). *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia Di Kecamatan Medan Johor)*. <https://repositori.uma.ac.id/jspui/handle/123456789/18787>

Rahmawati, A. I. (2021). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas Pgrri Semarang). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Ekonomi Kreatif*, 1(1), 18–23. <https://doi.org/10.26877/jibeka.v1i1.3>

Rini, Y. F., Wahyudi, H., & Amrullah. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Marketplace Bilibli di Kota Padang. *Seminar Nasional Riset Ekonomi Dan Bisnis 2022*, 379.

Romindo, Muttaqin, Didin Hadi Saputra, D. W. P., M. Iswahyudi, Astri Rumondang Banjarnahor, A. H. P., & Kusuma, Faried Effendy, Oris Krianto Sulaiman, J. S. (2019). *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya* (Tonni Limbong (ed.)). Yayasan Kita Menulis.

Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). *Consumer behavior* (E. Edition (ed.)).

Serafica, G. (2023). *Pengertian Keputusan Pembelian Menurut Ahli*.

Www.Kompas.Com.

[https://www.kompas.com/skola/read/2023/05/29/140000769/pengertian-](https://www.kompas.com/skola/read/2023/05/29/140000769/pengertian-keputusan-pembelian-menurut-ahli?Page=all)

[keputusan-pembelian-menurut-ahli?Page=all](https://www.kompas.com/skola/read/2023/05/29/140000769/pengertian-keputusan-pembelian-menurut-ahli?Page=all)

Sugiarto, S. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis* (andi (ed.)).

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Manajemen* (ed. 1 Cet.3). Bandung : Alfabeta.

Syakira, S. N., & Moeliono, N. N. K. (2019). Pengaruh online consumer review oleh beauty vlogger suhay salim terhadap proses keputusan pembelian produk freeman feeling beautiful facial masks. *Eproceedings of Management*, 6(2), 4412–4420.

Teguh Santoso, J. (2021). *E-Commerce, Tinjauan Manajerial dan Jejaring Sosial* (M. K. Dr. Joseph Teguh Santoso, S.Kom. (ed.)). Yayasan Prima Agus Teknik Bekerja sama dengan Universitas Sains & Teknologi Komputer (Universitas STEKOM).

Zusrony, E. (2021). *PERILAKU KONSUMEN DI ERA MODERN* (M. K. Robby Andika Kusumajaya, S.ST., M.M. (ed.)). Yayasan Prima Agus Teknik

Redaksi: Jln Majapahit No 605 Semarang Telp. (024)6723456 Fax. 024-6710144.

THE  
*Character Building*  
UNIVERSITY