

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2018). *Manajemen pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Algifari. (2015). *Analisis Regresi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: BPFE.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arbaini, P., Wahab, Z., & Widiyanti, M. (2020). Pengaruh Consumer *Online* Rating dan Review terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Marketplace Tokopedia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 7(1), 25–33.
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media*. Jakarta: UPN Veteran Jakarta.
- Auliya, Z. F., Moh, R. K. U., & Septi, K. P. (2017). *Online Customer Review(OTRs) dan Rating: Kekuatan Baru pada Pemasaran Online di Indonesia Online Customer Reviews (OTRs) dan Rating New Era in Indonesia Online Marketing*. *Jurnal Bisnis dan Mana*, 8(1), 25–33.
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Dianka, A. A. (2021). Performa e-Commerce: Tokopedia, Saingan Berat Shopee. Diperoleh 3 Februari 2022, dari Tren Asia website: <https://www.trenasia.com/performa-e-commerce-tokopedia-saingan-berat-shopee>
- Febri, T., & Teofilus. (2020). *SPSS: Aplikasi pada Penelitian Manajemen Bisnis*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Febriana, P. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Lazizaa Chicken And Pizza Di Jambangan Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(1), 744–749.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Semarang.
- Firdaus, & Zamzam, F. (2018). *Aplikasi Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Gunawan, I. (2017). *Pengantar Statistik Inferensial*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Jannah, M., Wahono, B., & Khalikussabir. (2021). Pengaruh Diskon Flash Sale,

- Rating Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *Jurnal Riset Manajemen*, 10(13), 38–51.
- Jayani, D. H. (2021). Jumlah Pengunjung Tokopedia Kalahkan Shopee pada Kuartal I-2021. Diperoleh 2 Februari 2022, dari Data Boks Kata Data website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/11/jumlah-pengunjung-tokopedia-kalahkan-shopee-pada-kuartal-i-2021>
- Julianti, Y. A. (2019). Pengaruh *Online Costumer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian *Online Marketplace* (Studi Mahasiswa Universitas Pasir Pengaraian). *Jurnal Manajemen*, 8(1), 99–106.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kumparan. (2020). Tokopedia Punya 4 Kelebihan Untuk Berjualan. Diperoleh 3 Maret 2020, dari Kumparan website: <https://kumparan.com/berita-update/tokopedia-punya-4-kelebihan-untuk-berjualan-1uILBvoMQyi>
- Kurniawan, B. (2021). Pengaruh *Online Customer Reviews* Dan Rating Terhadap Minat Pembelian Di Lazada. *Jurnal Ilmiah Bisnis Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 121–129.
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh *Online Costumer Review* dan *Customer Rating* terhadap keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla. *Jurnal Mirai Management*, 6(1), 139–154.
- Lee, N. R., & Kotler, P. (2011). *Social Marketing: Influencing Behaviours for Good*. United States: Sage Publication, Inc.
- Lupiyoadi, R. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi Edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Nainggolan, N. T., Munandar, Sudarso, A., Nainggolan, L. E., Fuadi, Hastuti, P., ... Gusman, D. (2020). *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Nugroho, Y. A. (2011). *Olah Data dengan SPSS*. Yogyakarta: PT Skripta Media Creative.
- Nuridin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Paramita, R. W. D., & Rizal, N. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Azyan Mitra Media.
- Park, H., & Blenkinsopp, J. (2009). Whistleblowing as planned behavior - A

- survey of south korean police officers. *Journal of Business Ethics*, 85(4), 545–556. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9788-y>
- Pratama, I., & Rahmidani, R. (2020). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sulaman Khas Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, 3(1), 95. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v3i1.8529>
- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah. (2020). Pengaruh Harga , Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko *Online* Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 1–10.
- Riduwan. (2018). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Rosita, & Satyawisudarini, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pembelian *Online* Produk T-shirt Samesame Clothing). *Jurnal Manajemen dan Bisnis (ALMANA)*, 1(3), 109–126.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sarmanu. (2017). *Dasar Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif & Statistika*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Setyarko, Y. (2016). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara *Online*. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 5(2), 128–147.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.
- Sianipar, F. A. H., & Yoestini. (2021). Analisis Pengaruh Customer Review dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk di *Online* Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Tokopedia di Kota Semarang). *Journal of Management*, 10(4), 1–10.
- Sirclo. (2020). Menilik Tren Perkembangan E-Commerce Indonesia di 2020. Diperoleh 3 Februari 2022, dari Sirclo.com website: <https://www.sirclo.com/blog/menilik-tren-perkembangan-e-commerce-indonesia-di-2020/>
- Siregar, S. (2015). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Bandung: Bumi Aksara.
- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung:

Alfabeta.

- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.
- Tokopedia. (2019). Visi Misi Tokopedia. Diperoleh 3 Februari 2022, dari Tokopedia website: www.tokopedia.com
- Tolan, M. S., Pelleng, F. A. O., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di *Online Shop Mita* (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). *Journal of Productivity*, 2(5), 360–364.
- Wardana. (2020). *Pengantar Aplikasi SPSS Versi 20*. Sulawesi Tenggara: LPPM Universitas Muhammadiyah Buton Press.
- Werang, B. R. (2015). *Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian Sosial*. Yogyakarta: CALPULIS.
- Widarjono, A. (2015). *Statistika Terapan Dengan Excel & SPSS*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Wiyono, G. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & Smart PLS 2.0*. Yogyakarta: STIM YKPN.
- Yuandari, E., & Rahman, T. A. (2015). *Metodologi Penelitian dan Statistik*. Bogor: In Media.
- Yuliantari, K., Oktiani, N., & Widayati, K. D. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.