

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Nurrokhim, E. W. (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. *Jurnal of Management and Digital Business*, Volume 1(2).
- Asri Nurgrahani Ardianti, W. W. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee. *Jurna Ilmu Administrasi Bisnis*, 2.
- Dita Amanah, D. A. (2018). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Perusahaan terhadap Kesadaran Merek Pelanggan. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 3, 4.
- Fitriani Latief, N. A. (2020). Pengaruh Online Customer Review dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian produk kosmetik di sociolla. *Jurnal Mirai Management*, Volume 6 No.1.
- Gabriela, Y. M. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Minat Beli Pelanggan E-Commerce. *Jurnal Jempper*, Volume 1 No. 1.
- Ghozali, I. (2018). *"Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS" Edisi Sembilan*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haskita Bening Damayanti, F. R. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Tasya Farasya , Brand Image dan Iklan. *Jurnal Kommas*, 7.
- Kotler, P. d. (2016). *Marketing Management, 15th edition*. United states: Pearson Education.
- Lackermair, G. K. (2013). Importance of Online Product Reviews From A Consumer's Perspective. *Horizon Research Publishing*, 1 (1), pp. 1-5.
- Lackermair, K. &. (2013). Importance of Online Product Reviews from. *Journal Advances in Economics and Business*, 1(1), 1–5.
- Lee, E. J. (2014). When do consumers buy online product reviews? Effects of review quality, product type, and reviewer's photo. *Journal Computers in Human Behavior*, 31, 356–366.
- Lutfiah Arista, H. L. (2019). Pengaruh Review oleh Sarah Ayu pada produk kecantikan di Youtube dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan produk. *Jurnal Scriptura*, 4.
- Mertha, J. I. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Teori, Penerapan dan Riset Nyata*. Yogyakarta: Quadrant.
- Mulyani, E. &. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis (Untuk Akuntansi Dan Manajemen) (Cetakan 1)*. Medan: USU Press.
- Mu'nis, H. &. (2020). Analisis Komparatif Online Customer Review dan Survey Customer Review Marketing Mix. *Jurnal Ekonomi Modernisasi* 15(3), 138-148.

- Nainggolan, R. &. (2019). Perbaikan performa cluster k-means menggunakan sum squared error (sse) pada analisis online customer review terhadap produk toko online. *Jurnal Times*, VIII(2), 1-8.
- Nathanael Christoper, J. Y. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Layanan Gofood dalam Aplikasi Gojek. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 7.
- Setiawan, A. (2017). Analisis pengaruh Tingkat Kesehatan Bank Terhadap Return on Asset. *Jurnal Analisa Akuntansi Dan Perpajakan*, 1(2), 130-152.
- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif : dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual dan SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian & Pengembangan research and development*. Bandung: Alfabeta.
- Zhang, J. Z. (2020). The study of the effect of online review on purchase behavior. *International Journal of Crowd Science*.
- Zhao, X. (. (2015). The influence of online reviews to online hotel booking intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 27(6), 1343-1364.