

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Jurnal

- Cahyana, D. (2018). *Tinjauan Atas Prosedur Pembelian Peralatan Kantor Pada Pt Deltra Wijaya Konsultan*. 20–27.
- Cookson, M. D., & Stirk, P. M. R. (2019). *濟無No Title No Title No Title*. 28–42.
- Elissa, I. (2013). Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online. *Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma, VIII(3)*, 143–152.
- Fadhilatunnisa, U. (2017). *Pengaruh Media Pembelajaran Mind Map Terhadap Pemahaman Konsep Belajar Peserta Didik Di SMA Angkasa Tahun Ajaran 2016/2017 (Studi Kasus Pada Peserta Didik Kelas X MIPA Mata Pelajaran Ekonomi Lintas Minat)*. 37–54.
- Farki, A., Baihaqi, I., & Wibawa, M. (2016). *Pengaruh online customer review rating terhadap kepercayaan place di indonesia*. 5(2).
- Gina, A., Husnurrofiq, & Syahrani. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian online melalui aplikasi Shopee. *Ekonomi Dan Bisnis*.
- Ichsan, M., Jumhur, H. M., Hum, M., & Dharmoputra, I. 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* 5(2), 1828–1835.
- Iii, B. A. B., & Penelitian, M. (2018). *Ma'ruf Rivaldi, 2018 Studi Etnomatematika Masyarakat Kampung Salapan Kabupaten Karawang Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu*.
- Laili Hidayati, N. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Riviws Dan

Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(3), 77–84.
<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/24741>

Latifah, E. (2019). Perkembangan Ekonomi Digital di. *Jurnal Ekonomi Digital*, 3(2), 21–27.

Pangestu, S. (2017). Metode Penelitian. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Prayoga, N. (2021). *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian*. 1(1), 149.

Putri, N. P. (2020). *Pengaruh Online Customer Review , Kepercayaan Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Di Soloraya*. 1–7.

Rachman, T. (2018). 濟無No Title No Title No Title. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–27.

Sciences, H. (2016). 濟無No Title No Title No Title. 4(1), 1–23.

Referensi Skripsi

Damayanti, R. S. (2019). Pengaruh Online Customer Review and Rating, E-Service Quality dan Price Terhadap Minat Beli tahun 2019 Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Bisnis. *Skripsi*, 1-5.

Menezes, A. L. (2019). *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Survei Persepsi Mahasiswa pada Fakultas Ekonomi Angkatan 2018)*.

Permata Sari, D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533.

<https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.463>

Referensi Buku

Basuki, agus tri, & Yuliadi, I. (2019). *pengantar ekonomi makro*. gosyen publishing.

fandy tjiptono, P. D. (2017). *strategi pemasaran*. ANDI OFFSET.

Jainuri, M. (2019). *Pengantar Aplikasi Komputer (SPSS)* (Issue June).

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital | Philip Kotler,. In *Book* (p. 206). <https://book.asia/book/5594406/b5bd48>

Kotler, P., & Keller. (2016). *manajemen pemasaran*.

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*, 308.

Sugiyono, D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.