

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Em, G., & Em, G. (2012). *A first look at communication theory*. New York: McGraw-Hill Companies.
- Fandy, T. (2015). *Strategi Pemasaran edisi 4*. Jakarta: Andi.
- Keller, P. K. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Khammas, M. (2008). *Electronic Word Of Mouth Atecedents of Reading Customer Reviews in Online Opinion Platforms* (Vol. 1 (6)). ADIS international Conference.
- Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Management*. Harlow: Pearson.
- Kotler, & Amstrong. (2015). *Principles of Marketing* (Vol. 9 no.1). Harlow: Pearson.
- Moriaty, Sandra et al. (2019). *Advertising & IMC: Principles & Practice*. New York: Pearson.
- Sandu, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Vol. 04 (01)). Literasi Media Publishing.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Suyono. (2015). *Analisis Regresi Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.

JURNAL

- Muhammad Ariq Syah, F. I. (2020). *Analisis Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli pada Konsumen Produk Kosmetik*. Studi pada pengguna female daily Indonesia. Diponegoro Journal Of Management, 9 No 3, 1-9.
- Mahir, P. (2015). *Klasifikasi Jenis-Jenis E-Commerce di Indonesia*. Neo-bis, 9 No 2.

- Maysita Ichsan, D. H. (2018). *Pengaruh Customer Online Rating dan Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia di DKI Jakarta*. e-proceeding of Management, 5 No 2..
- Purbohastuti, A. W., & Hidayah, A. H. (2020). *Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser*. Jurnal Bisnis Terapan46, Volume 4 No 1, 37-46.
- Syah, M. A., & Indriyani, F. (2020). *Analisis Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik (Studi Kasus pada Pengguna Female Daily Indonesia)*. Diponegoro Journal Of Management, Volume 9, Nomor 3, 1-9.
- Ichsan, M., Jumhur, D. M., & Dharmoputra, I. (2018). *Pengaruh Consumer Online Rating And Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia Di Wilayah Dki Jakarta*. e-Proceeding of Management, Vol.5, No.2, 1828.
- Sarmis, N. (2020). *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Dan Minat Pembelian Konsumen Pada Desa Sialang Jaya*. Jurnal Ilmiah Cano Economos, Vol .9no. 1.
- Sutanto, M. A., & Aprianingsih, A. (2016). *The Effect Of Online Consumer Review Toward Purchase Intention: A Study In Premium Cosmetic In Indonesia*. International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science.
- Riyadini, N. G., & Krisnawati, W. (2022). *Content Marketing, Brand Awareness, and Online Customer Review on Housewives' Purchase Intention on Shopee*. Garuda, Vol. 1 No. 6.

ARTIKEL

- Prawiro, M. (2021, Maret 17). *Pengertian E-Commerce :Pahami Arti, Jenis dan Kelebihan E-Commerce*. Diakses pada Maret 2022, pada Maxmanroe: <https://www.maxmanroe.com/vid/teknologi/internet/pengertian-e-commerce.html>

Alhasbi. (2021, 12 18). *Fitur-Fitur Shopee yang Harus Anda Ketahui*. Diakses 31 Maret, pada <https://hidupdigital.id/fitur-fitur-Shopee-yang-harus-anda-ketahui/>

Bayu, D. J. (2021, Februari 11). *E-Commerce dengan Pengunjung Terbesar Pada Kuartal IV 2020*. Diakses Maret 2022, pada Kata data.