

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Y., & Julianti. (2019). Pengaruh Online Costumer Review dan Online Costumer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Online Marketplace (Studi Mahasiswa Universitas Pasir Pengaraian). *Jurnal Cano Ekonomos*, 8(1), 99–106.
- Antin Rakhmawati, Muhammad Nizar, & Kholid Murtadlo. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WWOM) dan Viral Marketing Terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung. *Sketsa Bisnis*, 6(1), 13–21. <https://doi.org/10.35891/jsb.v6i1.1584>
- 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. <https://doi.org/10.26905/jbm.v7i1.3897>
- Benowati, S. G., & Purba, T. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Kosmetik Wrdah di Kota Batam. *Journal of Management, Accounting, Economic and Business*, 1(2), 356–370.
- Cahyono, Y. T., & Wibawani, I. D. (2021). Pengaruh Harga, Online Customer Review, dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *Hubusintek*, 1(1), 867–874.
- Chandra, A., & Rustam, T. A. (2022). *Pengaruh customer rating , pengiklanan dan kualitas pelayanan terhadap di kota batam*. 5(2).
- Christianti, A., & Remiasa, M. (2018). Analisa Pengaruh Kelompok Referensi, Gaya Hidup Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Restoran Asian King Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 6(2), 485–494.
- Humaira, A., & Wibowo, L. A. (2017). Analisis Faktor Elektronik Word of Mouth (Ewom) Dalam Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan. *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 6(2), 1049. <https://doi.org/10.17509/thej.v6i2.5515>
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42. <https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online Costumer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla. *Jurnal Mirai Management*, 4(2), 139–154.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma*

(*Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*), 7(1), 43–53.
<https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>

Priangga, I., & Munawar, F. (2021). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Lazada (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Bandung) Pengusaha Kecil , Menengah Maupun Besar Memanfaatkan Media Internet Dalam Konsumen Mengenal Masalahnya ,. *Jurnal Bisnis Manajemen & Ekonomi*, 19(2), 399–413.

Putra & Saputri, (2020). (2020). Pengaruh Brand Image dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian di Bukalapak. *E-Proceeding of Management*, 7(2), 6212–6222.

Rahmadhani, R., & Prihatini, A. E. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Perceived Risk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Tokopedia. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 23–30.
<https://doi.org/10.14710/jab.v8i1.23766>

Rosita, N. W. A., Isharijadi, & Murwani, J. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Harga Saham pada Perusahaan Jasa yang Terdaftar di BEI. *Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi Universitas PGRI Madiun*, 6(2), 1–13.

Sanusi, A. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.

Saputra, S. A., & Singgih, M. N. (2019). Pengaruh Rating Di Aplikasi Tokopedia Dan Bukalapak, Jumlah Followers Instagram Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Membeli. *Management and Business Review*, 3(2), 124–132. <https://doi.org/10.21067/mbr.v3i1.4734>

Sari, V. E. (2019). Pengaruh E-Wom, Lifestyle, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Ticket Online Booking Pada Situs Traveloka.Com Di Ponorogo (Studi Kasus Pembelian Tiket Pesawat Dan Kereta Api). *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 7(4), 474. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v7i4.2863>

Selly, & Rustam, T. A. (2022). Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Secara Online Oleh Mahasiswa Di Kota Batam Meliputi : *scientia journal : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(1).
https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/article/view/4685

Sugiyono. (2017). Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D. *Penerbit CV. Alfabeta: Bandung*, 225.

Sulistiowati, I., & Heryenzus. (2018). *Pengaruh Sikap Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online (Studi Kasus Pada Online Shop Grostas Import Batam)*. 6(1).

Vinny, & Suhardi. (2020). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Lenovo Di Kota Batam. *Jurnal Rekaman*, 4(2), 238–252.

<https://ojs.jurnalrekaman.com/index.php/rekaman/article/view/58>