

DAFTAR REFERENSI

- Afrilia, Ascharisa Mettasatya, and Prinisia Nurul Ikasari. 2019. "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Sentra Mainan Anak Kampung Di Kelurahan Jurangombo, Magelang." *Swadaya: Indonesian Journal of Community Empowerment* 1(03): 163–70.
- Aisyah, Dian, and Yunita Engriani. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha* | 48. <http://www.topbrand-award.com>.
- Andromeda, K. 2015. "Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Keragaman Produk Pakaian Via Online Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Belanja Online Pada FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta)."
- Chin, W. W. 1998. *The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling*. Modern Methods for Business Research.
- Dewi Anggita, Esta, Abdul Hoyyi, and Agus Rusgiyono. 2019. "Analisis *Structural Equation Modelling* Pendekatan *Partial Least Square* Dan Pengelompokan Dengan *Finite Mixture PLS (FIMIX-PLS)* (Studi Kasus: Kemiskinan Rumah Tangga di Indonesia 2017)." 8(1): 35-34. <http://ejournal3.undip.ac.id/index.php/gaussian>.
- Filieri, R. 2014. "What Makes Online Reviews Helpful? A Diagnosticity-Adoption Framework to Explain Informational and Normative Influences in e-WOM." *Journal of Business Research*: 68(6).
- Firmansyah, M. A., & Mahardika, B. W. 2018. Pengantar Manajemen. Yogyakarta: Deepublish (Grup Penerbitan Cv. Budi Utama).
- Ghozali, I., & Latan, H. 2015. *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, Dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.0*. Ed.2. Semarang: Semarang Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F. Jr., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M. 2014. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications.
- Hariyanto, Halila Titin, and Lantip Trisunarno. 2021. "Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, Dan Star Seller Terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian Pada Toko Online Di Shopee." *Jurnal Teknik ITS* 9(2).
- Harli, Izzatul Islami, Ali Mutasowifin, M Syaefudin Andrianto, and M Syaefudin Andrianto. *Pengaruh Online Consumer Review Dan Rating Terhadap Minat Beli Produk Kesehatan Pada E-Marketplace Shopee Selama Masa Pandemi COVID-19*.
- Hussein, A.S. 2015. *Penelitian Bisnis Dan Manajemen Menggunakan Partial Least Square (PLS) Dengan SmartPLS 3.0*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.

- Irawati, Rina, and Irawan Budi Prasetyo. 2022. "Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Dan Mempertahankan Bisnis Di Masa Pandemi (Studi Pada UMKM Makanan Dan Minuman Di Malang)." *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)* 6(2): 114–33.
- Kamisa, Nur ', Almira Devita P, and Dian Novita. 2022. 2 JEB. *Journal of Economic and Business Research Title of the Article*. <http://jurnal.teknokrat.ac.id/index.php/JEB>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2015. *Marketing Management*. Global Edition. Pearson Education Limited.
- Kotler dan Keller. 2016. *Marketing Management*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Armstrong, G. 2018. *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online*. Terjemahan: Jusuf, D. I. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kotler, P. dan Kevin Lane Keller. 2018. *Perilaku Konsumen (sikap dan pemasaran)*. Terjemahan: Firmansyah, M. A. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media
- Martha, Zike, Asni Dewi, and Syahriani Bishry. 2022. "The Effect Of Online Customer Review Communication On Purchase Interest With Trust As Intervening Bukalapak Online Store In Padang City". *JOSAR* 8(1). <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>.
- McKnight, D. H Choudhury, and Kacmar, C. (2002). *Special Issue on Measuring ECommerce in Net-Enabled Organizations, Part 2 of 2: Developing and Validating Trust Measures for e-Commerce: An Integrative Typology Information Systems Research*.
- Mulyandi, M Rachman. 2022. "Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Pelanggan E-Commerce." *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan* 1(1): 121–25.
- Mulyati, Yofina, and Grace Gesitera. 2020. "Pengaruh Online Customer Review Terhadap Purchase Intention Dengan Trust Sebagai Intervening Pada Toko Online Bukalapak Di Kota Padang." *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship* 9(2): 173.
- Mutiara, Mutiara, and Imam Wibowo. 2020. "Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana* 8(2).
- Nurhatinah, Nurhatinah. 2018. "Pengaruh Keamanan, Privasi, Dan Reputasi Terhadap Kepercayaan Konsumen Online Shopping Di Kota Padang." *Jurnal Ecogen* 1(4): 206.
- Otniel, Sebastian, and Yugih Setyanto. 2023. "Peran Corporate Communication Dalam Menjaga Reputasi Perusahaan Rekind." *Kiwari* 2(1): 105–8.
- Prathama, F. 2019. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen E-Commerce Lazada." *Agora* 7(1). <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen->

bisnis/article/view/8142%0Ahttp://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/viewFile/8142/7326.

- Putri Ayu Wijyanthi, Ni Putu, and I Gusti Putu Agung Widya Goca. 2022. "Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Repurchase Intention Di Tokopedia." *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium* 8(1): 102–17.
- Rahman, Arif Muluk. 2022. "Pengaruh *Online Customer Review* Dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia Di Kecamatan Medan Johor)."
- Ramadhani, Tiara, Budimansyah Budimansyah, and Vicky F Sanjaya. 2021. "Pengaruh *Rating* Dan *Online Customer Review* Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Pemediasi Pada Marketplace Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)." *Revenue: Jurnal Manajemen Bisnis Islam* 2(2): 143–62.
- Risma, Risma Munte, Rosita Girsang, and Andri Safitri. "Pengaruh *Online Customer Review* Dan *Rating* Terhadap Kepercayaan Dan Minat *Marketplace* Shopee."
- Rosdiana, Riski, Iyus Akhmad Haris, and Kadek Rai Suwena. 2019. 11 *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online.*
- Sari, W Heni Puspita. 2022. "Pengaruh Promosi, *Online Customer Review*, Dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna *Marketplace* Shopee Di Indonesia)."
- Sfenrianto, Sfenrianto, Tendi Wijaya, and Gunawan Wang. 2018. "Assessing the Buyer Trust and Satisfaction Factors in the E-Marketplace." *Journal of theoretical and applied electronic commerce research* 13(2): 43–57.
- Shafa, Pradika Muthiya, and Jusuf Hariyanto. 2020. "The Influence Of Prices, Product Reviews, And Payment Methods On Purchase Decision In Online Shopping Through The Shopee Application (Case Study on Shopee Application Users in Bekasi)." *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*: 1–17.
- Sidjabat, Sonya, and Institut Transportasi. 2021. "No Title." 8(1): 41–45.
- Sobandi, Agus, and Bambang Somantri. 2020. "Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online." *Winter Journal* 1(1): 41–52.
- Studi Manajemen Universitas Maritim Raja Ali Haji, Program FE et al. "Celebrity Endorsers, *Online Customer Review*, *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Marketplace Tokopedia." *Jurnal Bahtera Inovasi* 5.
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulle, Yonatan. 2021. "Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan Dan Komitmen

- Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Papua Cabang Kepi).” *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik* 2(1): 101–9.
- Sumadi, Sumadi, Muhammad Tho’in, Tino Feri Efendi, and Diah Permatasari. 2021. “Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah, Kepuasan Konsumen, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Naughti Hijab Store).” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7(2): 1117–27.
- Wahyudi, Taesar, Baiq R Handayani, and Sulaeman Sarmo. Pengaruh *Online Customer Review* Dan *Online Customer Rating* Terhadap Kepercayaan Konsumen Remaja Kota Mataram Pada Pembelian Produk *Fashion* Shopee *Online Shop*.
- Wibisono, Hermawan, Kevin Eka Wijaya, and Fransisca Andreani. 2021. “Pengaruh *Online Review* Dan *Online Rating* Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Pergikuliner Di Surabaya.” *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa* 9(1).
- Winda, Oleh et al. 2022. 1 JCI Jurnal Cakrawala Ilmiah *The Effect Of Product Knowledge, Online Customer Review, Online Customer Rating, And Prices On Consumer Buying Interest In Mediation Of Trust In The Marketplace Shopee (Study At MWCNU Sukodadi)*. <http://bajangjournal.com/index.php/JCI>.
- Wulandari, Anna et al. 2021. “Pentingnya Kepercayaan Memediasi Pengaruh Keamanan Bertransaksi Dan Kepuasan Terhadap Minat Beli Konsumen.” *Jurnal Pengembangan Wiraswasta* 23(2): 101.
- Wulandari, Hanifia Rahma, Ida Bagus, Nyoman Udayana, and Lusia Tria Hatmannti. 2021. “JEMMA (Jurnal of Economic , Management , and Accounting) Membangun Purchase Intention Melalui Trust Pada Aplikasi Bukalapak.Com (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa).” 4: 62–72.
- Zahara, Ami Natuz, Endang Sulistya Rini, and Beby Karina Fawzee Sembiring. 2021. “*The Influence of Seller Reputation and Online Customer Reviews towards Purchase Decisions through Consumer Trust from C2C E-Commerce Platform Users in Medan, North Sumatera, Indonesia.*” *International Journal of Research and Review* 8(2): 422–38.
- Zalni & Abror (2019) Pengaruh Reputasi, Electronic Word of Mouth Dan Web Quality.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/15/mayoritas-perusahaan-mengalami-penurunan-pendapatan-saat-pandemi>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/09/gaji-generasi-z-dan-milenial-banyak-dibelanjakan-di-e-commerce>

<https://newssetup.kontan.co.id/news/transmart-telah-menutup-12-gerainya>

<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6567146/allofresh-punya-300-ribu-pengguna-dan-61-gerai-di-indonesia>

<https://www.statista.com/forecasts/251635/e-commerce-users-in-indonesia>