

## DAFTAR REFERENSI

- Agesti, N., Ridwan, M. S., & Budiarti, E. (2021). Comparative Study of Post-Marriage Nationality Of Women in Legal Systems of Different Countries The Effect of Viral Marketing, Online Customer Review, Price Perception, Trust on Purchase Decisions with Lifestyle as Intervening Variables in the Marketplace. *Faculty of Economics and Business*, 8(3).
- Almana, A. M., & Mirza, A. A. (2013). The Impact of Electronic Word of Mouth on Consumers' Purchasing Decisions. *International Journal of Computer Applications.*, Volume 82(9).
- Araigy, M. S. (2018). The Influence of Celebrities on Consumer Buying Decision through Social Media. *International Journal of Humanities and Applied Social Science (IJHASS)*, 3(11).
- 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.
- Ardianti, A. N., & Widiartanto. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Volume 8(2).
- Assauri, S. (2017). *Manajemen pemasaran : Dasar, Konsep & Strategi*. Rajawali Perss.
- Auliya, Z. F., Umam, M. R. K., & Prastiwi, S. K. (2017). Online Costumer Reviews (OTRs) dan Rating: Kekuatan Baru pada Pemasaran Online di Indonesia. *Jurnal EBBANK*, Volume 8.
- Cholifah, N., Suharyono, & Hidayat, K. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Brand Image (Survei pada Konsumen Kosmetik Wardah di Counter Wardah Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Volume 36.
- Danniswara, R., Sandhyaduhita, P., & Munajat, Q. (2017). The Impact of EWOM Referral, Celebrity Endorsement, and Information Quality on Purchase Decision:A Case of Instagram. *Information Resources Management Journal*, 30(2).
- Farki, A., Baihaqi, I., & Wibawa, B. M. (2016). Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*, 6(2).
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish.
- Febriana, M., & Yulianto, E. (2018). Pengaruh Online Consumer Review oleh

- Beauty Vlogger terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 58(1).
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim, R. H., & Idris. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen Serta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Diponegoro Journal of Management*, Volume 6.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th editi). Pearson.
- Lackermair, G., Kailer, D., & Kanmaz, K. (2013). online customer ratings. *Advances in Economics and Business, Importance of Online Product Reviews from a Consume' s Perspective*.
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online Customer Review dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla. *Jurnal Mirai Management*, Volume 6.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2017). *E-Commerce 2017: Business, Technology, Society*. Pearson.
- Ling, G. M., Boon, L. K., Fern, Y. S., Huat, T. S., & Sen, T. K. (2015). Purchasing Determinants of Men towards the Skin Care Product. *6th International Conference on Economics and Social Sciences (ICESS-2015)*.
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia.
- Novitasari, A., & Suryani, T. (2017). Peran kepercayaan merek, citra merek, dan celebrity endorsement terhadap loyalitas merek bedak tabur Wardah. *Journal of Business and Banking*, Volume 7.
- Prasetio, A. (2012). *Smart Guide Jualan Online*. TransMedia.
- Rerung, R. R. (2018). *E-Commerce, Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Deepublish.
- 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*.
- Saputro, A. A., Hidayati, N., & Rizal, M. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsement, Testimoni, dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop BliBli.com (Studi Pada Mahasiswa FEB UNISMA Angkatan Tahun 2016). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*.
- Sarmis, N. (2020). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer

- Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian Konsumen pada Desa Sialang Jaya. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 9(1).
- Sertoglu, A., Catli, O., & Korkmaz, S. (2014). Examining the Effect of Endorser Credibility on the Consumers' Buying Intentions: An Empirical Study in Turkey. *International Review of Management and Marketing*, Vol. 4.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sutanto, M. A., & Aprianingsih, A. (2016). The Effect of Online Consumer Review Toward Purchase Intention: A Study in Premium Cosmetic in Indonesia. *School of Business and Management*.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. CV.ANDI.
- Zahara, A. N., Rini, E. S., & Sembiring, B. K. F. (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).