# **Daftar Pustaka**

Agesti, N. Ridwan, M. dan Budiarti, E. (2021). The Effect of Viral Marketing, Online Customer Review, Price Perception, Trust on Purchase Decisions with Lifestyle as Intervening Variabels in the Marketplace Shopee in Surabaya City Internasional. *Journal of Multicultural and Multireligious Understanding,*, Vol. 8 , No. 3.

Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.* Bandung : Alfabeta.

Anas, A. dan Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian di Eiger Store Royal Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN,)*, Volume. 8, No. 3.

Aradatin, S. Muslih, B. dan Meilina, R. . (2021). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Aktif Prodi Manajemen Angkatan 2017 UNP Kediri) . *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntas*, 6 (1).

Ardianti, A. dan Widiartanto. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee . *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* , 8 (2) .

Arikunto, S. . (2019). *Prosedur Penelitian .* Jakarta : Rineka cipta .

Banjarnahor, A. et al. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran.* Jakarta : Yayasan Kita Menulis .

Dewi, K. dan Giantari, I. (2020). The Role of Brand Image in Mediating the Influence of Ewom and Celebrity Endorser on Purchase Intention American. *Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, Volume. 4, No. 1 .

Dewi, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Smartphone melalui Minat Beli sebagai Variabel Interveninge . *Journal Administrasi Bisnis*, Volume 7, No 4.

Djarwanto, P. dan Subagyo, P. (2011). *Statistik Induktif. Edisi 4.* Yogyakarta: Penerbit BPFE.

Fildzah, N. dan Sari, D. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Sweater Online Shop Alco di Media Sosial Instagram . *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, Vol. 11, No. 2.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 25.* Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hariyanto, H. dan Trisunarno,L . (2020). 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*, Vol. 9, No. 2.

Hidayat, A. (2017). *Metode penelitian Keperawatan dan Teknik Analisis Data .* Jakarta : Salemba Medika .

Hong, L. Zulkiffli, W. dan Amran, C. (2021). Online Feedback Impack Online Shoppers Impulse Purchase in Malaysia . *JMK* , VOL. 23, NO.2 .

Jayani, D. (2022, Januari 14). *Kunjungan ke Web Shopee Meningkat 5,8% pada Kuartal III 2021* . Diambil kembali dari https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/18/kunjungan-ke-web-shopee-meningkat-58-pada-kuartal-iii-2021

Kotler, P. dan Keller, K . (2016). *Marketing Management.* New Jersey : Pearson Pretice Hall, inc .

Kurnia, R. (2021, Januari 14). *Shopee Indonesia: Cara Download, Jualan, Belanja, hingga Kredit*. Diambil kembali dari https://www.qoala.app/id/blog/bisnis/apa-itu-shopee-indonesia/

Kusnandar, V . (2021 , Januari 14). *Pengguna Internet Indonesia Peringkat ke-3 Terbanyak di Asia*. Diambil kembali dari https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/14/pengguna-internet-indonesia-peringkat-ke-3-terbanyak-di-asia

Lackermair, G. Kailer and Kanmaz, K . (2013). Importance Of Online Product Reviews From A Consumer's Perspective. Vol. 1, No. 1.

Latief, F. dan Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online Customer Review dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla. *Jurnal Mirai Management*, Volume 6 No. 1.

Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian .* Bogor : Ghalia Indonesia .

Nguyen, N. (2021). The Influence of Celebrity Endorsement on Young Vietnamese Consumers Purchasing Intention . *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, Vol 8 No 1.

Pangemanan, C. Mananeke, L. dan Rondonuwu, C. (Jurnal EMBA). Analisis Pengaruh Celebrity Endorse, Citra Merek dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota All New Sienta di Manado. *2018*, Vol.6 No.4.

Pawenang, S . (2016). *Modul Perkuliahan Lingkungan Ekonomi Bisnis .* Surakarta : Program Pascasarjana.

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*, Vol. 9 No. 1.

Schiffman dan Kanuk. (2013). *Perilaku Konsumen. Edisi ke Tujuh .* Jakarta : PT. Indeks .

Shimp, T . (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi .* Jakarta : Salemba Empat .

Sholichin, A. dan Wisnalmawati . (2021). The Effect Of Price, Transaction Security, Online Consumer Review, and Viral Marketing on Purchase Decision in E-Commerce Shopee. *Jurnal REKOMEN*, Vol.4 No.2 .

Sugiarti, D. dan Iskandar, R . (2021). Pengaruh Consumer Review terhadap Keputusan Pembeli terhadap Toko Online Shopee. *Jurnal Sosial dan Teknologi* , Volume 1, Number 9.

Sugiyono . (2019). *In Metode Penelitian Kuantitatif .* Bandung : Alfabeta .

Sujarweni, W. (2014). *Metodologi penelitian: Lengkap, praktis, dan mudah dipahami .* Yogyakarta : PT Pustaka Baru.

Suliyanto . (2018). *Metode Penelitian Bisnis.* Yogyakarta : CV. Andi Offset .

Thompson, A. (2016). *Crafting and executing strategy: the quest for competitiv advantage, concepts and readings.* New York : MC Graw-Hill Education.

Tjiptono, F . (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa .* Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia .

Widoyoko, E . (2014). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian .* Yogyakarta : Pustaka Pelajar .