

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, F., Rasoolimanesh, S. M., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Ryu, K. (2018). *An Assessment of the Use of Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in Hospitality Research*. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(1), 514-538.
- Ardianti, A. N., & Widiartanto. (2020). *Pengaruh online customer review dan online customer rating terhadap keputusan pembelian melalui marketplace Shopee (Studi pada mahasiswa aktif FISIP Undip)*. Retrieved from <http://teknonisme.com>.
- Ardianto, E. (2020). *Dasar-Dasar Public Relations: Sejarah, Profesi, dan Aplikasinya di Indonesia*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ardianto, K., Nuriska, F. P., & Nirawati, L. (2020). *Pengaruh kepercayaan dan ulasan produk terhadap minat beli ulang Emina pada official store Shopee di Kota Surabaya*. Retrieved from www.kemenperin.go.id
- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). *Validitas dan reliabilitas penelitian* (1st ed.). Mitra Wacana Media.
- Chin, W. W. (1998). *The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling*. In G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern Methods for Business Research* (pp. 295-336). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Dessyaningrum, C., Samsir, & Efni, Y. (2020). *Pengaruh kualitas mobile, harga, dan kualitas produk dengan kepercayaan pelanggan sebagai variabel moderasi terhadap keputusan pembelian online situs Shopee*. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 12(3), 439-459.
- Fauzi, S., & Lina, L. F. (2021). *Peran foto produk, online customer review, online customer rating pada minat beli konsumen di e-commerce*. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 150-156. <https://doi.org/10.24853/jmmb.v2i1.8335>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). *Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error*. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Gefen, D., Straub, D., & Boudreau, M.-C. (2000). *Structural Equation Modeling and Regression: Guidelines for Research Practice*. *Communications of the Association for Information Systems*, 4(1), 1-77.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least squares: Konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) (2nd ed.)*. Sage Publications.
- Hair, J. F., Page, M., & Brunsveld, N. (2020). *Essentials of business research methods (4th ed.)*. Routledge.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-based Structural Equation Modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (Eds.). (2009). *The Use of Partial Least Squares Path Modeling in International Marketing*. *Advances in International Marketing (Vol. 20)*. Bingley: Emerald Group Publishing Limited.
- Hulland, J. (1999). Use of Partial Least Squares (PLS) in Strategic Management Research: A Review of Four Recent Studies. *Strategic Management Journal*, 20(2), 195-204.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh ulasan produk, kemudahan, kepercayaan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee di Mojokerto. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42. Retrieved from <http://www.maker.ac.id/index.php/maker>
- Irfan, M., Nawaz, A., & Gohar, M. (2022). Influence of Price Perception on Consumer Satisfaction and Loyalty. *Journal of Business & Economics*, 14(1), 35-52.
- Japariato, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh tampilan web dan harga terhadap minat beli dengan kepercayaan sebagai intervening variable pada e-commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35–43. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35-43>
- Kournikofa, M., Johnson, P., & Smith, L. (2023). Relationship Between Price Perception and Consumer Trust: A Meta-Analysis. *International Journal of Marketing Studies*, 15(4), 45-58.
- Kurnianingrum, F., & Hidayat, R. (2020). Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran X. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 13(2), 123-138.
- Lumintang, E., Manopo, E., & Tumewu, F. J. (2019). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 7(3), 3021-3031.
- Mita, Pranatasari, F. D., & Kristia. (2021). Analisis pengaruh harga, kemudahan penggunaan, dan ulasan konsumen daring terhadap keputusan pembelian

pada marketplace Shopee. Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia, 4, 548–557.

- Pramono, A., Eldine, A., & Muniroh, L. (2020). *Pengaruh harga, ulasan, dan tampilan produk terhadap keputusan pembelian secara online. Jurnal Ilmu Manajemen*, 3(3), 421–432.
- Pudjihardjo, M. C., & Wijaya, H. (2015). *Analisa pengaruh kepercayaan, kemudahan, kualitas informasi, dan tampilan produk terhadap keputusan pembelian melalui pemasaran di media sosial (Studi pada pengguna media sosial Shapeharve)*.
- Raziq, A., & Maulabakhsh, R. (2015). *Impact of Working Environment on Job Satisfaction. Procedia Economics and Finance*, 23, 717–725.
- Rivai, A. R., & Wahyudi, T. A. (2017). *Pengaruh persepsi kualitas, citra merek, persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepercayaan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Jurnal Bisnis dan Komunikasi*, 4(1), 29–37.
- Rohmatulloh, C., & Sari, D. (n.d.). *Pengaruh online customer review terhadap minat beli dengan kepercayaan sebagai variabel intervening pada Shopee*.
- Tenenhaus, M., Vinzi, V. E., Chatelin, Y.-M., & Lauro, C. (2005). *PLS Path Modeling. Computational Statistics & Data Analysis*, 48(1), 159–205.
- Zhu, F., & Zhang, X. (2010). *Impact of online consumer reviews on sales: The moderating role of product and consumer characteristics. Journal of Marketing*, 74(2), 133–148.

SEMARANG
FEB UNDIP