

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, L., Fayardi, A. O., & Irwansyah (2018). *Online Review: Indikator Penilaian Kredibilitas Online dalam Platform E-commerce*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 15(2), 141-154. <https://doi.org/10.24002/jik.v15i2.1320>.
- Al-Abbadi, L. H., Bader, D. M. K., Mohammad, A., Al-Quran, A. Z., Aldaihani, F. M. F., Al-Hawary, S. I. S., & Alathamneh, F. F. (2022). *The effect of online consumer reviews on purchasing intention through product mental image*. International Journal of Data and Network Science, 6(4), 1519–1530. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.5.001>
- Basci2, A. (2015). *Tinjauan literatur*. <http://dergipark.gov.tr/ijsser>.
- Bauer, Andreas. (2006). *Moment of truth : redefining the CEO's brand management agenda*. Palgrave Macmillan.
- Biçer, F. (2020). *The Impact Of Zero Moment of truth (Zmot) On Smartphone Buying Decision*. In Journal of International Trade, Logistics and Law (Vol. 6, Issue 2).
- Bødker, H. (2016). *Stuart Hall's encoding/decoding model and the circulation of journalism in the digital landscape*. Critical Studies in Media Communication, 33(5), 409–423. <https://doi.org/10.1080/15295036.2016.1227862>
- Condé, N., & Martinelli, R. (2021). *The Zero Moment of truth and its impact on the consumer decision-making process*.
- Creswell, J. W. (2014). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Pustaka Pelajar.
- Dwi Hadya Jayani. (2021, June 11). *Jumlah Pengunjung Tokopedia Kalahkan Shopee pada Kuartal I-2021*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/11/jumlah-pengunjung-tokopedia-kalahkan-shopee-pada-kuartal-i-2021>
- Farhan Hasrul, A., Sembiring, R., & Korespondensi, P. (n.d.). *Analisis Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap Minat Beli Produk Elektronik Di Tokopedia (Vol. 2)*.
- Jim Licenski. (2011). *Memenangkan momen nol kebenaran*.
- Jurnal, H., & Zaen, M. R. (2022). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*. JIMAK, 1(2).
- Mestika Zed. (2017). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia .
- Miles, Matthew B. dan A. Michael Huberman. 1992. *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Method*. Terjemahan Tjetjep Rohendi Rohidi. Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-metode Baru. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia(UI-PRESS).
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif (38th ed.)*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyati, Y., & Gesitera, G. (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. <https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.538>
- Mulyati, Y., & Gesitera, G. (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. <https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.538>

- Nuraini, D. (2019). *Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Produk Baju Secara Online Dan Offline Evianah*. In *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi* (Vol. 15, Issue 2). <https://www.jurnal.id/id/blog/2018-mengenal-4>.
- Sa'ait, N., Kanyan, A., & Nazrin, M. F. (n.d.). The Effect Of E-WOM On Customer Purchase Intention. In *International Academic Research Journal Of Social Science* (Vol. 2, Issue 1).
- Said, M., & Wicaksono, P. (2020). *Ulasan Online Dan Pengelolaan Konsumen Hotel Salak Bogor*. *Journal Komunikasi Dan Bisnis*. <https://doi.org/10.46806/jkb.v8i1.645>
- Zed, M. (2014). *Metode Penelitian Kepustakaan (3rd ed.)*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.