

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianti, A. N., & Widiartanto, M. A. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee . *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–11.
- Fauzi, S., & Lina, L. F. (2021). Peran Foto Produk, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Pada Minat Beli Konsumen Di *E-Commerce*. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 21. <https://doi.org/10.24853/jmmb.2.1.21-26>.
- Felita, P., & Oktivera, E. (2019). Pengaruh Sales Promotion Shopee Indonesia terhadap Impulse Buying Konsumen. *Ilmu Komunikasi Dan Bisnis*, 4(April), 159–185. www.stiks-tarakanita.ac.id,
- Handayani, A., Jamal, A., & Septiandri, A. A. (2017). *350-565-1-Sm*. 6(4), 394–403.
- Iprice. (2022). *Peta E-Commerce Indonesia Q2 tahun 2022*. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Kusumawati, N. D., & Faraby, S. Al. (2021). Analisis Sentimen Mengenai Rencana Vaksinasi Covid-19 Menggunakan Support Vector Machine Dengan String Kernel. *EProceedings ...*, 8(5), 10051–10067. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/engineering/article/view/15733%0Ahttps://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/engineering/article/view/15733/15446>
- Li, J., & Qiu, L. (2017). A sentiment analysis method of short texts in microblog. *IEEE International Conference on Computational Science and Engineering (CSE) and IEEE International Conference on Embedded and Ubiquitous Computing, 1*.
- Munir, M. F., Saroh, S., & Krisdianto, D. (2019). Pengaruh Foto Dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Mahasiswa Fia Unisma Program Studi Administrasi Bisnis Yang Menjadi Konsumen Online Shop Tokopedia). *Jiagabi*, 8(3), 177–183.

- Putra, A. K., Nyoto, R. D., & Sasty, P. H. (2017). Rancang Bangun Aplikasi Marketplace Penyedia Jasa Les Private Di Kota Pontianak Berbasis Web. *Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi (JUSTIN)*, 5(1), 22–26. <http://jurnal.untan.ac.id/index.php/justin/article/viewFile/17991/15281>
- Rizqullah, A. R., Wedhasmara, A., Heroza, R. I., Putra, A., Fathoni, F., & Putra, P. (2022). Analisis Masalah Pada Data Review Aplikasi Terhadap Layanan *E-Commerce* Menggunakan Metode Text Classification. *Jurnal Tekno Kompak*, 16(1), 186. <https://doi.org/10.33365/jtk.v16i1.1448>
- Servanda, I. R. S., Reno Kemala Sari, P., & Ananda, N. A. (2019). Peran Ulasan Produk Dan Fot Produk Yang Ditampilkan Penjual Pada Marketplace Shopee Terhadap Minat Beli Pria Dan Wanita. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 69–79. <https://doi.org/10.37673/jmb.v2i2.526>
- Sinaga, B. A., & Sulistiono, S. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Promosi Media Sosial Terhadap Minat Beli Pada Produk Fashion Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 79–94. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i2.329>
- World Retail Congress. (2020). *Global Ecommerce Market Ranking 2019*. https://www.worldretailcongress.com/__media/Global_ecommerce_Market_Ranking_2019_001.pdf.