

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuchri. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: Syakir Media Press.
- Akbar, Mohammad Aldrin., & Alam, Sitti Nur. (2020) E-COMMERCE: Dasar Teori dalam Bisnis Digital. *Yayasan Kita Menulis*. 1-2.
- Alamsyah, Habib., Cahyana, Yana., & Pratama, Adi R. (2023). Deteksi Fake Review Menggunakan Metode Support Vector dan Naïve Bayes di Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Sistem Informasi*. 12(2). 586.
- Al-Jauzi, N. K., Sayidah, S., Nurrahman, W. A., & Mumtaz, Y. A. (2021). Makalah Prinsip-Prinsip Etika Bisnis dan Penerapannya. *Universitas Muhammadiyah Bandung*. 1–25.
- Asari, A. H. (2018). Analisis Etika Bisnis Islami Dalam Marketing Communication Mix Pada Distro Kipasoak Pati. *Institut Agama Islam Negeri Kudus*, 14–61.
- Asidah, E., Vinuzia, M., & Yusril, M. (2021). Analysis of Online Business Ethics Through the Perspective of Sellers, Buyers, and Online Marketplace Service Providers in Indonesia. *Jurnal of Applied Business and Banking (JABB)*, 3(2), 116–124.
- Bakker, A., & Zubair, A. C. (1990). *Metodologi Penelitian Filsafat*. Yogyakarta: Kanisius.
- Bertens, K. (2013). *Etika*. Yogyakarta: Kanisius.
- Bertens, K. (2012). *Pengantar Etika Bisnis*. Yogyakarta: Kanisius.
- Clarisa, H., & Areta A, H. (2022). Fake Review and Liabilities Defect Goods in E-Commerce. *The Lawpreneurship Journal*, 2(1), 19–42. <https://doi.org/10.21632/tlj.2.1.19-42>
- Fadli, R., Rambe, A., Bayu, S. I., & Sagala, S. (2023). Penerapan UU ITE (

Informasi dan Transaksi Elektronik) dan UU Perlindungan Konsumen pada Kasus Jual Beli Jasa Review Palsu. *Journal on Education*, 06(01), 2.

Ferenanda, M. S., & Prastyanti, R. A. (2024). Perlindungan Konsumen Terhadap Bahayanya Ulasan Palsu Pada Produk Penjualan E-Commerce. *Jurnal Ilmu Hukum*, 1(2), 301–306.

Fiedler, Malte., Kissling Martin. (2020). Fake Reviews In E-Commerce Marketing. ВИСНИК КНТЕУ. *Technische Universität Braunschweig*. 77-78. [http://doi.org/10.31617/visnik.knute.2020\(130\)07](http://doi.org/10.31617/visnik.knute.2020(130)07).

Fuad, M., H, Crhistine., Nurlela Sugiarto, & Paulus, Y. (2006). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Fransiscus, Risza. (2024). Fenomena Gunung Es "Fake Review". Diakses pada 22 September 2024, dari <https://www.pinterpolitik.com/ruang-publik/fenomena-gunung-es-fake-review/>

Hamersma, D.H. (1994). *Pintu Masuk ke Dunia Filsafat*. Yogyakarta: Kanisius.

Hariawan, Muhammad Irpan. (2018). Perkembangan Etika Bisnis Dari Masa ke Masa (Yunani Kuno - Sekarang). Diakses pada 27 Agustus 2024, dari <https://muhamadirpanhariawan.wordpress.com/2018/03/16/perkembangan-etika-bisnis-dari-masa-ke-masa-yunani-kuno-sekarang/>

Hasoloan, Aswad. (2018). Peran Etika Bisnis dalam Perusahaan Bisnis. *Jurnal Warta. Universitas Dharmawangsa*. 5.

Hasrul, Aditya Farhan., Suharyati., & Sembiring, Rosali. (2021). Analisis Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Minat Beli Produk Elektronik di Tokopedia. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*. 2(1) 1353-1354.

Hayati, A. N., Araf, A., Marzuki, A., & Firmanditya, N. (2023). Ulasan Palsu di Platform Digital: Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dan Pelaku Usaha. *Jurnal Masyarakat Indonesia*, 49(1), 123–134.



- He, S., Hollenbeck, B., Overgoor, G., Proserpio, D., & Tosyali, A. (2022). Detecting fake-review buyers using network structure: Direct evidence from Amazon. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 119(47), 1–5. <https://doi.org/10.1073/pnas.2211932119>
- Ista, Akram., & BN, Andi Muh. T., & Lutfi, Muktar., & Misbahuddin. (2023). Prinsip Kejujuran dalam Usaha. *Bussiness and Investment Review (Birev)*, 1(5), 98.
- Kamaluddin, Apiaty., Rapanna, Patta. (2017). *Administrasi Bisnis*. Makassar: Sah Media.
- Kalean. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif Filsafat*. Yogyakarta: Kanisius.
- Keraf, S. (1998). *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Kristanti, D., & Kardini, Ni Luh., dkk. (2023) *Etika Bisnis*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Maharani, Dewi. (2017). Penerapan Kejujuran dan Tanggung Jawab dalam Etika Bisnis Syariah pada Wirausaha di Kecamatan Medan Marelan. *Jurnal UMSU*, 25-26.
- Marquette University Business. (2022). What Are the 12 Ethical Principles for Business Executives?. Diakses pada 22 September 2024, dari <https://online.marquette.edu/business/blog/what-are-the-12-ethical-principles-for-business-executives>
- Medina, Nur Rahma. (2013). *Etika Konfusianisme Pedagang Keturunan Cina: Kasus Keda Kopi Es Tak Kie 德記茶室 di Wilayah Glodok*. Program Studi Sastra Cina Universitas Darma Persada, 9-12.
- Muslim, Moh. (2017). Urgensi Etika Bisnis di Era Global. *ESENSI*. 20(2), 1-14.
- Najma, Sofia. (2019, 29 Mei.) *5 Ciri-ciri Testimoni Palsu saat Belanja Online, Jangan Sampai Tertipu*. Diakses pada 25 Juli 2024, dari

<https://www.ideapers.com/2019/05/5-ciri-ciri-testimoni-palsu-saat-belanja-online-jangan-sampai-tertipi.html>

Nugroho, Arissetyanto., & Arijanto, Agus. (2015). *Etika Bisnis (Business Ethics) Pemahaman Teori secara Komprehensif dan Implementasinya*. Bogor: Penerbit IPS Press.

Pakpahan, Sorta Riana. (2008). Etika Bisnis Konfusian dan Kesuksesan Pengelolaan Perusahaan Etnis Cina di Indonesia (Studi Kasus: Perusahaan Kecap Bangau). *Program Studi Cina Universitas Indonesia*, 23-24.

Pakpahan, Wyler., & Jasmansyah. Prinsip Kejujuran dalam Perusahaan (Studi Kasus Skandal Penyimpangan Akuntansi Pt Toshiba). *Universita Nusa Putra*.

Penggalih, Adji Agung. (2022) Pengaruh Fake Review Terhadap Persepsi Risiko dan Minat Beli Ulang Konsumen Marketplace di Indonesia. *Universitas Teknokrat Indonesia*.

Pradana, M. (2016). Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia. *Jurnal Neo-bis*, 9(2), 163. <https://doi.org/10.24002/modus.v27i2.554>

Pratiwi, Fina. (2020). Prinsip Etika Bisnis: Penjelasan dan Penerapannya dalam Bisnis. *Harmony*. Prinsip Etika Bisnis : Penjelasan dan Penerapannya dalam Bisnis (harmony.co.id)

Rachmat, A., Kristen, U., & Wacana, D. (2016). *Deteksi Review Palsu Di Internet : Suatu Pengantar*. Universitas Duta Wacana. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.14786.58566>

Radiansyah, Egi. (2022). Pengaruh Ulasan Palsu Pada Konsumen: Tinjauan Literatur dan Arah Penelitian Masa Depan. *Kalianda Halok Gagas*. 5(1), 42-49.

Ranti, Soffya. (2022, 4 Juni). *Mengenal Sejarah Bedirinya Tokopedia Hingga Melantai di Bursa Efek Indonesia*. Diakses pada 6 Agustus 2024, dari

<https://tekno.kompas.com/read/2022/06/04/17150077/mengenal-sejarah-berdirinya-tokopedia-hingga-melantai-di-bursa-efek-indonesia?page=all>

Rizqyta, Amalia. (2021, 16 Juli). *Ambil Langkah Hukum, Tokopedia Laporkan Penjual Produk Kesehatan Palsu ke Polisi*. Diakses pada 26 Oktober 2024, dari https://www.tokopedia.com/blog/ambil-langkah-hukum-tokopedia-laporkan-penjual-produk-kesehatan-palsu-ke-polisi/?utm_source=google&utm_medium=organic

Rohmatun, Meily. (2023, 4 Mei). *Cek Nih 5 Ciri-ciri Testimoni Palsu. Penggila Belanja Online Jangan Sampai Tertipu*. Diakses pada 25 Juli 2024, dari https://www.hipwee.com/tips/ini-lo-5-ciri-ciri-testimoni-palsu-penggila-belanja-online-jangan-sampai-tertipu/#google_vignette

Salminen, J., Kandpal, C., Kamel, A. M., Jung, S. gyo, & Jansen, B. J. (2022). Creating and detecting fake reviews of online products. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 64(May 2021), 102771. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102771>

Sianipar, A. H. F., & Yoestini. (2021). Analisis Pengaruh Customer Review dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Online Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Tokopedia di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(4), 1. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

Sitoresmi, Ayu Rifka. (2023, 19 Januari). *Profil PT Tokopedia dan Perjalanan Bisnisnya, Perusahaan Perdagangan Elektronik di Indonesia*. Diakses pada 6 Agustus 2024, dari <https://www.liputan6.com/hot/read/5183788/profil-pt-tokopedia-dan-perjalanan-bisnisnya-perusahaan-perdagangan-elektronik-di-indonesia?page=5>

Situmorang, Tumpal P., & Savitri, Ctra., & Herawati, Andry., dkk. (2023). *Manajemen Pemasaran (Implementasi Marketing 4.0)*. Bandung: Media Sains Indonesia.



- Statsenko, Julia. (2024, Agustus). *How to Spot Fake Reviews: 10 Red Flags to Watch Out For*. Diakses pada 26 Oktober 2024, dari <https://elfsight.com/blog/how-to-spot-fake-reviews/>
- Sudibyo, Tyagita Dianingtyas., Septyarini, Epsilandri. (2023). *Etika Bisnis*. Yogyakarta: UPY Press.
- Surajiyo. (2016). Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Dalam Perspektif Filosofis. *Prosiding Seminar Nasional INDOCOMPAC*, 14-15.
- Surajiyo. (2023). Teori-Teori Etika Dan Prinsip Etika Bisnis. *Senada*, 6, 259–265.
- Suseno, D. F. (1987). *Etika Dasar: Masalah-Masalah Pokok Filsafat Moral*. Yogyakarta: Kanisius.
- Tokopedia Care. (2024). *Cara Melaporkan Pelanggaran Ulasan*. Diakses pada 26 Oktober 2024, dari <https://www.tokopedia.com/help/article/cara-melaporkan-review-yang-melanggar-syarat-ketentuan>
- Ultimawati, Prisilla. (2020). Penerapan Strategi Promosi Pada Martketplace. *Program Studi Manajemen Diploma III Universitas Islam Indonesia*.
- Velasques, Manues. (2002). *Bussiness Ethics: Concepts and Case*. Pearson Educational International. Peantice Hall, New Jearsey.
- Wingate, N. (2019). The Influence of Fake Reviews on Consumer Perceptions of Risk and Purchase Intentions. *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 13(3), 133–143. <https://doi.org/10.33423/jmdc.v13i3.2244>
- Wijaya, O. (2023). E-Commerce: Perkembangan, Tren, dan Peraturan Perundang-Undangan. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 41–47. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v16i1.1083>