

DAFTAR PUSTAKA

- Asrat, Sakinah. Abdul. Daya Tarik Fitur Aplikasi Tik Tok Dalam Memediasi Informasi Kesehatan Di Era Pandemi. 2022. *E-Proceeding of Management*. 9, 2, 973–980.
- Ayu, Laras Tri. Pengaruh Brand Ambassador BTS (Bangtan Boys) dan E-Trust terhadap Minat Beli. 2022. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*. 4, 5, 1516–1542.
- Anisa, Dila Khoirin. Novi. Pengaruh User Generated Content Dan E-Wom Pada Aplikasi Tik-Tok Terhadap Purchase Intention Produk Fashion. 2022. *Jurnal Sinar Manajemen*. 9, 2, 207–218.
- Ferawati, Siti. 2021. *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Minat Beli di Swalayan Saruni Jaya*. Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Banten. Serang.
- Gautama, Vivin Arbianti. User Generated Content pada Tiktok dan Penggunaannya di Kalangan Muda. 2022. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*. 6, 4, 2598–9944.
- Ghozali, Imam. 2021. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Edisi 10. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam. 2007. *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi 4. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gujarati, Damodar N. 2006. *"Dasar-Dasar Ekonometrika"*. Edisi 3. Erlangga. Jakarta.
- Hariyanto, Halila Titin. Lantip. Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko Online di Shopee. 2021. *Jurnal Teknik ITS*. 9, 2, 2337-3539.
- Komariyah, Desi Intan. Pengaruh Online Customer Riview dan Rating Terhadap Minat Pembelian Online Shopee (Studi Kasus Pada Santri Putri Pondok Pesantren Salafiyah Syafi 'iyah Seblak Jombang). 2022. *Journal of Business and Innovation Management*. 4, 2, 343–358.
- Keller, Kotler. 2021. *Intisari Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Penerbit ANDI. Yogyakarta.
- Kusuma, Lita Milawati et al. Pengaruh Influencer, User Generated Content, Brand Image Terhadap Purchase Intention Produk Skintific di Media Sosial TikTok. 2023. *Jurnal Manajemen, Akuntansi, Ekonomi*. 2, 2, 17–27.

- Laksana, Muhammad Fajar. 2019. *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Khalifah Mediatama. Depok.
- Maharani. 2023. *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Implora Cheek & Liptint Di Shopee (Studi Pada Pelanggan Implora Cosmetics Di Desa Bangun Sari)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Medan.
- Mariam, Aam. Nila. Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Kosmetik (Studi Kasus Siswa / Siswi Perhotelan SMK Negeri 1 Ciamis). 2022. *Jurnal Kewarganegaraan*. 6, 2, 2627–2633.
- Masdaini, Efrina. Ayu. Analisis Keputusan Pembelian pada Konsumen Warung Kopi Nilang. 2022. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi*. 2, 1, 20–28.
- Mawa, Sayyidati Fatihatul. Iwan. Pengaruh Harga, Online Customer Review dan Rating Terhadap Minat Beli di Lazada (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2017). 2021. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*. 9, 2, 253-278.
- Megawati, N. S. 2019. *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Minat Pembelian Pada Online Shop Lazada Pada Mahasiswa FEB UNILA*. Skripsi. Universita Negeri Islam Lampung. Bandar Lampung.
- Munte, Risma Nurhaini. Rosita. Andri. Pengaruh Online Consumer Review Dan Rating Terhadap Kepercayaan Dan Minat Marketplace Shopee. 2020. *Jurnal Education and Development*. 8, 3, 187–192.
- Mahendra, Sonie. Primasatria. Pengaruh Online Customer Review, Rating Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Casual Pada Marketplace. 2022. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*. 1, 2, 21–28.
- Ningsih, P. E. S. 2019. *Pengaruh Rating dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Marketplace Shopee*. Skripsi, Hlm. 26. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Nisa, Siti Khoirun. Renny. Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Produk Fashion Di Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika & Bisnis Universitas Negeri Surabaya). 2022. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*. 1, 2, 148–156.
- Putri, Vania Jovita. Pengaruh User-Generated Content (Ugc) Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Dapur Mbok Sarminah. 2020. *Performa*:

Jurnal Manajemen dan Star-Up Bisnis. 5, 1, 95–102.

- Permatasari, Lisa Dewi. Suryono. Pengaruh Review Konsumen, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Marketplace Shopee di Kota Semarang). 2021. *Diponegoro Journal of Management*. 10, 4, 1–6.
- Rafiah, Kurnia Khafidhatur. Desty. Analisis Adopsi Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Digital Bagi UMKM Makanan dan Minuman di Jatinangor. 2019. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*. 2, 1, 188–198.
- Rubyanti, Desi. Irwansyah. Peran User Generated Content (Ugc) Instagram Pada Industri Makanan. 2020. *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*. 4, 1, 1–24.
- Rifai, Fariz Irfan. Pengaruh *Online Customer Review*, Kelengkapan Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Ulang Pada *Online Marketplace*. 2019. *Universitas Gunadarma*. 1-20.
- Solihin, Dede. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. 2020. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*. 4, 1, 38–51.
- Sari, Yunita Eka. Citra. Syifa. Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Aplikasi Pt. Bfi Finance Indonesia Tbk Cabang Karawang. 2023. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*. 7, 1, 2064–2079.
- Sudarsono, H. 2020. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. CV Pustaka Abadi. Jember.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Pendidikan: Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Tindakan*. Edisi 1. Alfabeta. Bandung.
- Sulistiyowati, Rina. Qosim. Mesra. Pengaruh Penggunaan Aplikasi E-Filing Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Empiris pada KPP Pratama Lamongan). 2022. *Melati: Jurnal Media Komunikasi Ilmu Ekonomi*. 39, 1, 1–7.
- Sunyoto, D. 2019. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Edisi 3. PT. Buku Seru. Jakarta.
- Santoso, Singgih. 1999. *SPSS: Mengolah Data Statistik Secara Profesional Versi 7.5*. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Tamzil, Adil Musty. Kuswanti. Mediana. Pengaruh Brand Image, Service Quality dan

Price terhadap Repurchase Intention pada Greenlight Bandung. 2021. *Syntax Idea*. 3, 7, 1513–1522.

Tjiptono Fandy, A. D. 2020. *Pemasaran*. Edisi 1. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Wafiyah, Faizatul. Any. Pengaruh User Generated Content Dan E-Wom Terhadap Purchase Intention Dan Purchase Decision Pada Pembeli Produk Nyrtea Di Instagram. 2023. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Manajemen*. 2, 3, 190–200.

Wibisono, Hermawan. Kevin. Fransisca. Pengaruh Online Review Dan Online Rating Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Pergikuliner Di Surabaya. 2021. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*. 9, 1.

Wati, Andy Prasetyo. Jefry. Aniek. 2020. *Digital Marketing*. Edisi 1. Edulitera. Malang.

Widiarti, Aniek. Ati. Pengaruh Reviews Online Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Shopee.Co.Id Melalui Kebutuhan Kognisi (Survei Pada Sekolah Menengah Kejuruan Gama Tangerang). 2019. *Jipis*. 28, 2, 33–43.

Yusuf, Jasmine. Florensus. Fransisca. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang di Traveloka. 2021. *Jurnal Petra*. 9,1, 1–11.