

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, A. D. (2021). Analisa Strategi Pengaruh Influencer Marketing di Social Media, Online Advertising dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko Online Zalora). 138-150.
- Afriaris, S., & Windartini, S. (2021). Model Pengembangan Strategi Komunikasi Bisnis untuk Mencapai Tujuan Pemasaran pada Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus Pada Konsep Usaha Rumah Tangga Kerak Nasi). *Jurnal Ekobistek*, 9(1), 12–20. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v9i1.65>
- Agung Tri, A. M. (2023). Pengaruh Influencer Marteking dan Online Review terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion melalui Marketplace Shopee. 311-324.
- Andarini, S., Wahidar, T. I., & Yozani, R. E. (2021). Fenomena Fashion Blogger Dalam Membentuk Citra Diri Dan Kredibilitas Untuk Menciptakan Penampilan Ideal. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 7(2), 295. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v7i2.2346>
- Aprilia, T. O. (2022). Pengaruh Variasi Poduk dan Promsi terhadap Keputusan Pembelian Careforyou.id pada Media Sosial Instagram.
- Arianto, A., Bangun, R., Indillah, M. R. M., Trenggana, A. F. M., Sholihah, D. R. M. A., Widiati, E., Irawan, P., Ratih, S. D., Ismail, R. S., Putra, D. S., Utama, A. M., Syahputra, & Bancin, J. B. (2023). *Manajemen Pemasaran*.
- Arsita, N. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*, 7(2), 125–131. <https://doi.org/10.24967/jmb.v7i2.1390>
- Atma, I. B. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Word Of Mouth dan Price Consciousness Terhadap Minat Beli di Shopee. 435-448.
- Audi. (2019). Pengaruh Ease Of Use, Perceived Usefulness dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Pada Penggun Aplikasi Shopee di Kota Malang.
- Aulia Dhiya, S. A. (2023). Pengaruh Online Consumer Review dan Keanekaragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Viva pada Generasi Milenial. 661-669.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik E-Commerce 2022/2023*.
- Badaruddin, N. (2019). Pengaruh Daya Tarik Transit Advertising Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Berbelanja Di Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Yang Mengetahui E-Commerce Shopee). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 16(1), 1–9.
- De Veirman, M., Hudders, L., & Nelson, M. R. (2019). What Is Influencer Marketing and How Does It Target Children? A Review and Direction for Future

- Research. *Frontiers in Psychology*, 10(December).
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02685>
- Eny. (2019). Pengaruh Source Credibility, Review Quality dan Review Quality Terhadap Brand Image dan Pruchae Intention. 172-190.
- Fitriani, N. (2020). Pengaruh Online Customer Review dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla. 139-154.
- Frederick. (2021). Analisis Pengaruh Customer Review dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Online Marketplace.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Gudiato, C., Sedyono, E., & Sembiring, I. (2022). Analisis Sistem E-Commerce pada Shopee untuk meningkatkan daya saing menggunakan metode S.W.O.T. *Journal of Information Technology*, 2(1), 6–10.
<https://doi.org/10.46229/jifotech.v2i1.294>
- Handoko, H. (2008). Manajemen Personalia Sumber Daya Manusia. *Edisi Kedua*, Yogyakarta .
- Idris, A. (2022). Keputusan Pembelian Konsumen: Perspektif Online Consumer Review. 36-47.
- Kusuma, T. M., & Hermawan, D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Social Influence Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Online Food Delivery Service. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, 18(2), 176–180.
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online Costumer Review dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla. *Jurnal Mirai Managemnt*, 6(1), 139–154.
- Magdalena, M., Zusmawati, Z., Algusri, J., Fernos, J., & Rozi, F. (2023). the Influence of Price Perception, Promotion, and Online Customer Review on Consumer Buying Interest in Lazada E Commerce in Padang Utara District. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 11(1), 41–48.
<https://doi.org/10.31846/jae.v11i1.551>
- Meilaty, S. E. (2020). Pengaruh Promosi, Store Atmosphere dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Pembelian. 20-24.
- Mia Adisty, Lucky Rachmawati (2020). Pengaruh Label halal, Citra Merek Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 151-164.
- 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>

- Purnama, N. I., & Putri, L. P. (2021). Analisis Penggunaan E-Commerce Di Masa Pandemi. *Seminar Nasional Teknologi Edukasi Dan Humaniora*, 553–558. <http://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/sintesa/article/view/357>
- Purwati, A. A., Siahaan, J. J., & Hamzah, Z. (2019). Analisis Pengaruh Iklan, Harga dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian di Toko Rumah Mebel Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi Kiat*, 30(1), 20. [https://doi.org/10.25299/kiat.2019.vol30\(1\).3870](https://doi.org/10.25299/kiat.2019.vol30(1).3870)
- Rifqi. (2021). Kredibilitas Influencer dan Membentuk Kepercayaan Konsumen Terhadap Brand. 57-63.
- Safitri, L. A., & Dewa, C. B. (2020). Analisa Pengaruh Masa New Normal Pada Penjualan Online Melalui E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 22(2), 117–125. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v22i2.12494>
- Sifa, R. (2022). Pengaruh Influencer Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa FEB UNESA. 164-174.
- Similarweb. (2024). *Website Performance Shopee*.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan RAD*. Bandung: Alfabeta.
- Swesti, V. M. (2023). pengaruh Content Marketing dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi TikTok di Wilayah DKI Jakarta. 180-187.
- Vrontis, D., Makrides, A., Christofi, M., & Thrassou, A. (2021). Social media influencer marketing: A systematic review, integrative framework and future research agenda. *International Journal of Consumer Studies*, 45(4), 617–644. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12647>
- Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11–18. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v3i1.81>