

DAFTAR PUSTAKA

- Adila, S.N., Aziz, N., (2019), *Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi Oleh Minat Beli Pada Konsumen Restoran KFC Cabang Khatib Sulaiman Padang*, osf.io, 1-16
- Amalia, D.L., Dahliani, Y., Edi, B.Q.R., (2024), Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee, *Jurnal Manajemen Bisnis dan Informatika (JMBI)*, 5 (1), 50 – 65
- Amin, N.F., Garancang, S., Abunawas, K., (2023), *Konsep Umum Populasi dan Sampel Dalam Penelitian, Jurnal Kajian Islam Kotemporer*, 14 (1)
- Anugrah, S.L., Hafidzi, A.H., Wibowo, Y.G., (2023), Pengaruh Promosi Produk Melalui Media Sosial Tiktok dan Review Produk Pada Marketplace Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswa Unmuh Jember), *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNARS Situbondo)*, 2 (2), 173 – 182
- Ardianti, Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee., *Jurnal Ilmu A.N., Widiartanto.*, (2019), Pengaruh Online Customer Review dan online Administrasi Bisnis (JIAB), 8 (2), 1 – 11
- Ardianti, P., Cahyani, P.D., Hutami, L.T.H., (2023), *Analisis Hubungan Antara Sosial Media Marketing dan Online Customer Review terhadap Purchase Decision melalui Trust Pada Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pemasaran.*, *Jurnal EK&BI*, 6 (2), 188 – 202
- Ayu, D., Prabowo, B., (2024), Pengaruh *Brand Image* dan *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai variabel *Intervening* (Studi terhadap Konsumen Kopi Good Day pada Mahasiswa Fisip UPN “Veteran” Jawa Timur Angkatan 2020-2021).
- Basuki, A.T., (2014), *Penggunaan SPSS dalam Statistik*, Yogyakarta., academia.edu

- Dewanta, AANBJ., (2020), *Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia*, Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Bahasa Indonesia, 9 (2), 79 - 85
- Febriah, I.,Febriyantoro, M.T., (2023), Pengaruh Live Video Streaming Tiktok, Potongan Harga, dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian, ECODEMICA :Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis (Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Bina Sarana Informatika), 7 (2), 218 – 225
- Gabriela, Yoshua, Mulyandi, M. R., (2022), *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli PelangganE-Commerce*, Jurnal Ekonomi Manajemen Pariwisata dan Perhotelan, 1 (1), 121 – 125
- Hakim, A.F., Rachma, N., Normaladewi, A., (2023)., Pengaruh Gratis Ongkir, Diskon dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa FEB Angkatan 2019 Universitas Islam), Jurnal Ilmu Riset Manajemen, 12 (2), 17 – 25
- Hasanah, F.M., Priantilianingtiasari Ruly., (2023) Pengaruh Sales Promotion Aplikasi Tiktok, Online Customer Review dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Tokopedia (MahasiswaFebi 2021 UIN Saiyyid Ali Rahmatullah Tulungagung), 12 (3), 666 – 676
- Hidayatulloh, T.,Suprijati, J.,(2024) Pengaruh Harga dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Manajemen Unitomo Surabaya), Soetomo Management Review (SMR), 2 (2), 281 – 295
- Irawan, Putra dani., (2013), *Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi Oleh Minat Beli Pada Konsumen Matahari Departmen Store Yogyakarta*, Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta
- Ishak, R.A., et al, (2024), Pengaruh Kualitas, Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Karawo Di Gorontalo, Jurnal Online Manajemen ELPEI (JOMEL), 4 (2), 1059 – 1068

- Jamarnis, S., & Susanti, F. (2019). *Pengaruh Harga Dan Periklanan Melalui Internet Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Merek Lux Pada Mahasiswa STIE "KBI" Padang*.
- Lestari, N., Patrikha, F. D., (2022), Pengaruh Harga Dan Customer Review Terhadap keputusan pembelian Produk Fashion Wanita Di Online Marketplace (Studi Kasus Pada Konsumen Di Surabaya), *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10 (1), 1635-1642.
- Lestari, W., Lukitaningsih, A., Hutami, L.T.H., (2023)., Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Price Consciousness terhadap Keputusan Pembelian : Studi pada pelanggan Tiktok Shop di Kota Yogyakarta., *Al-Kharaj : jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis Syariah*, 5 (6), 2358 – 2368
- Mokodompit, H.Y., Lopian, S.L.H.V.J., Roring Ferdy., (2022), Pengaruh Online Customer Review Rating, Sistem Pembayaran Cash On Delivery dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa de⁶⁸ mni Equil Choir FEB UNSRAT), *Jurnal EMBA :Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10 (3), 975 – 984
- Mulyani, S.R., Wibisono. T., Hikmah. A.B., (2022), *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Untuk Pemasaran Bisnis Digital Sebagai Media Promosi*, *Jurnal hospitality*, 11 (1), 291 – 296
- Mutmainna, N.,Hasbiah S., Haerudin, M.I.W., Musa, C.I., Hasdiansa, I.W., (2024), PengaruhLive Streaming dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada Platform Tiktok, *Journal of Information Systems Management and Digital Business (JISMDR)*, 1 (1), 255 – 268
- Nabila, V.A., Habib, M.A.F., (2023), Pengaruh Content Marketing Aplikasi Tiktok, Online Customer Review dan Harga terhadap keputusan Pembelian Produk masker Camile Beauty, *Jurnal Mirai Management*, 8 (2), 590 – 601
- Nasution, A.E., et al, (2019), Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan, *PUSKIIBI*, 1 (1), 165 – 173

- Priadana, S.M., Sunarsi, D., (2021), *Metode Penelitian Kuantitatif*, Tangerang, Pasca Book
- Rahmayanti, S., Dermawan, R., (2023), *Pengaruh Livestreaming, Content Marketing dan Online Customer Review terhadap keputusan pembelian pada Tiktok Shop di Surabaya*, Jurnal Seiko, 6 (1), 337 – 344
- Septyadi, M. A. K., Salamah, M., Nujiyatillah, S., (2022), *Literature Review Keputusan Pembelian dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga dan Promosi*, Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial (JMPIS), 3 (1), 301 – 313
- Sugiyono, (2018), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D.*, Bandung: Penerbit Alfabeta
- Susanti, F., & Gunawan, A. C., (2019). *Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang*
- Winasis, C.L.R., Widiarti. H. S., Hadibrata. B., (2022), *Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi, dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran)*, Jurnal Ilmu Manajemen Terapan (JIMT), 3 (4), 392 – 403