

DAFTAR PUSTAKA

- Abednego, F. A., Kuswoyo, C., Cen Lu, & Wijaya, G. E. (2021). Analisis Pemilihan Social Media Influencer Instagram pada Generasi Y dan Generasi Z di Bandung. *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 5(1), 57–73. <https://doi.org/10.35814/jrb.v5i1.2558>
- Abimanyu, R., & Hermana, C. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Cashback Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Januari, 2023*(1), 398–408. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7545920>
- Achadi, A., Surveyandini, M., & Prabawa, A. (2021). Pengaruh Kualitas Website E-Commerce, Kepercayaan, Persepsi Risiko dan Norma Subyektif terhadap Minat Beli Secara Online di bukalapak.com. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 21(3), 1207. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v21i3.1628>
- Agustin, A., Suhendra, A. D., & Puspasari, A. (2023). *Implementasi Digital Marketing Dan Endorsement Influencer Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Sinar Surya Matahari (Studi kasus Pada Konsumen Motor Yamaha di Bekasi Timur)*. 3(3).
- Aji, M., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. (2023). Pengaruh Online Customer Review Dan Customer Rating Terhadap Minat Beli Produk Fashion Di Platform Shopee (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang). In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 6). <http://journal.yrpiuku.com/index.php/msej>
- Anggraini, W., Permatasari, B., & Devita Putri, A. (2023). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, ONLINE CUSTOMER RATING, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TIKTOK SHOP PADA MASYARAKAT KOTA BANDAR LAMPUNG* (Vol. 6, Issue 2).
- Darmanto, A. (n.d.). *PENGARUH KUALITAS WEBSITE DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI DI BUKALAPAK.COM*.
- Darmanto, A. (2021). *PENGARUH KUALITAS WEBSITE DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI DI BUKALAPAK.COM*.
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Tambunan, Y. N., Sylvia, D., Adnyana, I. M. D. M., Prasetyo, B., Vianitati, P., Gebang, A. A., & Tambunan, T. S. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*.
- Deliana, N. (2022). *PENGARUH KUALITAS WEBSITE DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN SHOPEE*.

- Dewi, R. K., & Mulyadi, D. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pada Plat Form Shopee. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(5), 2986–6340. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8053126>
- Djaja, Y. (2022). *PERAN KEPERCAYAAN PELANGGAN DALAM MEMEDIASI HUBUNGAN ANTARA KUALITAS WEBSITE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI PELANGGAN PADA SITUS BELANJA ONLINE TOKOPEDIA.COM*. <http://dx.doi.org>
- Ernanda, D., & Sugiyono. (2017). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE, HEDONIC MOTIVE DAN SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*. <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/338>
- Fahrezi, Alfian, D. H., & Primasanti. (2024). *Analisis Pengaruh Influencer, Kemudahan Transaksi, dan Affiliate Marketing pada Keputusan Pemilihan Toko Online*. <https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/Digital/article/view/2195>
- Farki, A., Baihaqi, I., & Wibawa, berto M. (2016). *Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia*.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen : pedoman penelitian untuk penulisan skripsi tesis dan disertasi ilmu manajemen* (5th ed.).
- Ghozali, I. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE DENGAN PROGAM IBM SPSS 25* (9th ed.).
- Gultom, R., Khoiri, M., Putera Batam, U., & Soeprapto Muka Kuning, J. R. (2023). *PENGARUH CUSTOMER REVIEW, CUSTOMER RATING DAN KONTEN MARKETING TERHADAP MINAT BELI PRODUK FASHION DI TIKTOK SHOP KOTA BATAM* (Vol. 23, Issue 2).
- Hardianti, D. A., & Diniati, A. (2024). *Pengaruh Brand Ambassador Maudy Ayunda Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Lazada (Studi Kasus pada Pembelian Produk Kecantikan di Lazbeauty)* (Vol. 11, Issue 2).
- Hernawan, A., Komarudin, R., & Afni, N. (2021). Analisa Perbandingan Kualitas Pelayanan Web E-Commerce Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan WebQual 4.0. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 15(1).
- I Komang, T. (2021). *PENGARUH STRES KERJA, PENGAWASAN, DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP PRESTASI KERJA KARYAWAN PADA PT. NUSA KAHYANGAN ASRI KETEWEL GIANYAR*. <https://eprints.unmas.ac.id/id/eprint/7382>

- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*.
- Komariyah, D. I. (2022). Pengaruh Online Customer Riview dan Rating Terhadap Minat Pembelian Online Shopee (Studi Kasus Pada Santri Putri Pondok Pesantren Salafiyah Syafi'iyah Seblak Jombang). *Journal of Business and Innovation Management*, 4, 342–358.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management*, 16th edition.
- Kurniawan, B. (2021). Pengaruh Online Customer Reviews Dan Rating Terhadap Minat Pembelian Di Lazada. *Jurnal Ilmiah Bisnis Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1).
- Kusuma, I. H., & Cahyono, N. (2023). Analisis Sentimen Masyarakat Terhadap Penggunaan E-Commerce Menggunakan Algoritma K-Nearest Neighbor. *Jurnal Informatika: Jurnal Pengembangan IT*, 8(3), 302–307.
<https://doi.org/10.30591/jpit.v8i3.5734>
- Limbong, G. V., Safrin, F. A., & Marpaung, N. (2022). PENGARUH BEAUTY VLOGGER TERHADAP MINAT BELI PRODUK EMINA (Studi Pada Konsumen Emina di Plaza Medan Fair). *Journal Business Administration: Entrepreneurship and Creative Industry*, 1(2), 27–34. <https://doi.org/10.32734/jba.v1i2.9558>
- Majid, N., & Rofiq, A. (2013). *Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Brand Image dan Dampaknya pada Minat Beli Smartphone Samsung di Kota Malang*.
- Mawa, S. F., & Cahyadi, I. F. (2021). Pengaruh Harga, Online Customer Review dan Rating Terhadap Minat Beli di Lazada (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2017). *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 9(2), 253. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v9i2.11901>
- Merry, E. M., Ellyawati, N., Pd, S., & Permatasari, I. (2023). PENGARUH INFLUENCER ENDORSEMENT TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA HOOLU BURGER DI SAMARINDA. In *Educational Studies: Conference Series* (Vol. 3, Issue 2).
- Oktavia, R., & Fernos, J. (2023). PENGARUH LINGKUNGAN KERJA DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA DINAS KEPENDUDUKAN DAN PENCATATAN SIPIL KOTA PADANG. *JURNAL ECONOMINA*, 2(4), 993–1005. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i4.492>
- Permana, A. I. (2020). PENGARUH KUALITAS WEBSITE, KUALITAS PELAYANAN, DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI PELANGGAN DI SITUS BELANJA ONLINE BUKALAPAK. *EKONOMI BISNIS*, 25(2), 94–109. <https://doi.org/10.33592/jeb.v25i2.422>

- Pramesti, D. A., & Atrik. (2021). *TINGKAT KEPUASAN CALON MAHASISWA UMPO TERHADAP WEBSITE PMB MENGGUNAKAN PENDEKATAN WEBQUAL*. <https://eprints.umpo.ac.id/id/eprint/7847>
- Rafenda, S., & Simamora, B. (2022). *PENGARUH KEKUATAN INFLUENCER INSTAGRAM TERHADAP NIAT PEMBELIAN DIMEDIASI OLEH SIKAP PADA LIFESTYLE INFLUENCER*. <https://databoks.katadata.co.id/data>
- Rifiani, P., Dharta, F. Y., & Oxycygentri, O. (2022). Pengaruh Endorse Influencer Fadil Jaidi Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Eksplanatori pada Pengikut Media Sosial Instagram @fadiljaidi). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 2022(12), 289–301. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6944728>
- Riyanjaya, N. A., & Andarani, S. (2022). *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Minat Beli Produk Wardah di Situs Belanja Online Shopee*. 3(5).
- Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2019). PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI PRODUK PAKAIAN SECARA ONLINE. In *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* (Vol. 11, Issue 1).
- Ryanto, B. T. A. S., & Tampubolon, L. H. (2024). PENGARUH PROMOSI SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN E-COMMERCE LAZADA PADA PENGGUNA SOSIAL MEDIA DI WILAYAH DKI JAKARTA. *Jurnal Transaksi*, 16(1).
- Sandi Prasetyo, M., Bagas Alkausar, D., & Hardjanti, A. (2023). Pengaruh Influencer terhadap Minat Beli. *Journal on Education*, 05(03), 7903–7912. <http://jonedu.org/index.php/joe>
- Saputri, iIntan M., M, E. M., & Hairudin. (2024). *Pengaruh Endorsment Dan Influencer Instagram Terhadap Minat Beli Pada Lodse Caffè*. 3(3).
- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia Rahmatika Sari. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44.
- Sarstedt, M., Hair, J. F., Cheah, J.-H., Becker, J.-M., & Ringle, C. M. (2019). How to Specify, Estimate, and Validate Higher-Order Constructs in PLS-SEM. *Australasian Marketing Journal*, 27(3), 197–211. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2019.05.003>
- Setyaningsih, F. (2021). *ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP PENINGKATAN PELANGGAN PADA LEMBAGA RAFI BIMBEL TANGERANG*.

- Setyorini, D. (2024). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Daya Beli Pelanggan pada Platform E-commerce di Kota Medan. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 4(1), 73–78. <https://doi.org/10.54082/jupin.266>
- Soemantri, D. O. (2016). PENGUKURAN KUALITAS WEBSITE MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0 (Studi Kasus: CV. Zamrud Multimedia Network). *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*, 2(1). <http://dx.doi.org/10.24014/rmsi.v2i1.1689>
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D* (Vol. 19).
- Sukirman, R., Kumalasari, F., & Hendrik. (2023). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Marketplace Shopee. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(1), 152–159. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i1.845>
- Susianti, O. M. (2024). Perumusan Variabel Dan Indikator Dalam Penelitian Kuantitatif Kependidikan. *Jurnal Pendidikan Rokania*, 9, 18. <https://doi.org/10.37728/jpr.v9i1.1066>
- Venezia Pastika Ayusid, & Meyzi Heryanto. (2025). Pengaruh Influencer Endorsement dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Produk Skincare Facetology pada Konsumen Miss Glam Panam. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis*, 4(2), 374–384. <https://doi.org/10.55606/jupsim.v4i2.4261>
- Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*.
- Yulianti, W., Nurhasan, R., & Cupiadi, H. (2022). Journal of Knowledge Management Pengaruh Website Quality Dan Customer Trust Terhadap Customer Satisfaction Pada Lazada. *Journal of Knowledge Management*, 16(2), 61–68. www.jurnal.uniga.ac.id
- Yusrinawati, A., & Ammar, F. M. (2023). *Analysis of the Application of Use of Mufradat in Arabic Communication at the Mojokerto eLKISI Islamic Center Boarding School*. <https://doi.org/10.21070/ups.1071>
- Zahro, P. S. F., & Nisa, P. C. (2023). *PENGARUH DIGITAL INFLUENCER, DAN KETERLIBATAN PELANGGAN, TERHADAP MINAT BELI*. 6, 201–212.