

DAFTAR PUSTAKA

- Adhari, A., Deffa Ray, M., & Mahvi, M. R. (2025). *Aspek Pemasaran*. *PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(2), 2427–2437. <https://doi.org/10.62710/mc4xer21>
- Adoe, V. S., Yusrifiana, M., Diana, A., Lubis, R., & Harahap, M. (2022). *Buku Ajar E-Commerce (Edisi Pert)*. CV. Feniks Muda Sejahtera.
- Al Anshori, F., Musahidah, U., & Triyono. (2025). *Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix 7P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mumtaz Laundry*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 2(2), 170–185.
- Amalia, A. (2022). *Pengaruh Online Customer Review, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Kosmetik Jafra Di Instagram*. 11(2), 19–29. <http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/15987/>
- Andriyanti, E., & Farida, S. N. (2022). *Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate , Kualitas Produk , Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Di Sidoarjo)*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11(2), 228–241.
- Arduyan, E., Boari, Y., Akhmad, Yuliyani, L., Hildawati, Suarni, A., Dito, A., Ifadah, E., & Judijanto, L. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Pendekatan Metode Kualitatif dan Kuantitatif di Berbagai Bidang (Edisi Pert)*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Asyari, F. D., Febriansyah, R. E., & Hariasih, M. (2025). *Pengaruh Konten Pemasaran, Kualitas Produk, dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Sari Roti (Studi Pada Masyarakat Sidoarjo)*. *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, 15(1), 31–46. <https://doi.org/10.52643/jam.v15i1.5533>
- Caniago, A., & Rustanto, A. E. (2022). *Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada UMKM Di Jakarta (Studi Kasus Pembelian Melalui TokoPedia)*. *Journal Of Management Small And Medium Enterprises (SME's)*, 15(3), 367–378.
- Editia, Y. D., Maulida, I. S., Sulaeman, M. M., & Rosyad, S. (2025). *Pengaruh Content Marketing, Live Streaming, Online Customer Review terhadap Minat Beli Konsumen pada Aplikasi Media Sosial Tiktok (Studi Kasus Pelanggan TikTok Shop di Kabupaten Lamongan)*. *Jurnal Bintang Manajemen*, 3(1), 165–176. <https://doi.org/10.55606/jubima.v3i1.3827>
- Fahriza, V., & Rukiyah. (2023). *Pengaruh Beauty Content Marketing pada Media Sosial Instagram terhadap Kemampuan Literasi Media Siswa SMA DKI*. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi*, 7(3), 403–418.

<https://doi.org/10.14710/anuva.7.3.403-418>

- Fajri, C., Amelya, A., & Suworo, S. (2022). *Pengaruh Kepuasan Kerja dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. Indonesia Applicad. JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(1), 369–373. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i1.425>
- Fauzi, A. A., & P Sijabat, Y. (2023). *Pengaruh Harga Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen TikTok Shop di Kota Magelang. Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Ekonomi Kreatif*, 2(1), 51–62. <https://doi.org/10.26877/jibeka.v2i1.96>
- Fitria, E., & Gunawan, G. (2023). *Penerapan Metode Moosra pada Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan E-commerce dalam Pembelian Produk Fashion. Jurnal Riset Matematika*, 55–64. <https://doi.org/10.29313/jrm.v3i1.1745>
- Gemilang, W. C., & Laily, N. (2023). *Pengaruh Rating dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Pada Lazada melalui Trust Sebagai Variabel Intervening. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiental Marketing & Kualitas Produk: Dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*.
- Hidayat, A., Suwarsito, & Herawati, N. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. Jurnal AKRAB JUARA*, 4, 105–115.
- Hidayati, N. L. (2022). *Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Review, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Surabaya. Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan*, 4(3), 2210–2220. <https://doi.org/10.55826/jtmit.v4i3.1581>
- Huriyah, S. N., & Erdiana, A. (2025). *Eksplorasi Pengalaman Konsumen terhadap Peran Online Customer Review dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik pada Aplikasi Sociolla. Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif*, 3(1), 168–181. <https://doi.org/10.59024/jumek.v3i1.527>
- Karim, D., Sepang, J. L., & Soepeno, D. (2021). *Pengaruh Relationship Marketing Dan Suasana Kafe Terhadap Loyalitas Pelanggan di Rumah Kopi Billy Kawasan Megamas*.
- Kristi, D. R., & Rosha, Z. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Sebagai variabel Intervening b(Studi pada Pelanggan Skincare Skintific di Kota Padang)*. 1–11.
- Kusumah, R. A., & Setianingsih, R. (2025). *Pengaruh Kualitas Bahan Baku Dan Proses Produksi Terhadap Kualitas Produk Pada CV. SISPRJA JAYA LOGAM. Referensi : Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 10(1), 19–26. <https://doi.org/10.33366/ref.v10i1.3602>

- Ma, O. (2023). *Impact of customer-perceived value on consumer behavior in a shared economy using fuzzy logic*. *Soft Computing*, 27(21), 16293–16308. <https://doi.org/10.1007/s00500-023-09125-5>
- Mallik, S. K., Uddin, I., Akter, F., Rahman, A. S. M. S., & Rahman, M. A. (2025). *Evaluating The Influence Of Customer Reviews And Consumer Trust On Online Purchase Behavior*. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 25(1), 423–432. <https://doi.org/10.30574/wjarr.2025.25.1.0015>
- Masdaner, R., & Ruliana, P. (2021). *Electronic Word Of Mouth Dan Brand Image Dalam Minat Beli Layanan Aplikasi Musik Spotify*. *Ganaya : Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 4(2), 356–373. <https://doi.org/10.37329/ganaya.v4i2.1323>
- Maulidah, F., & Russanti, I. (2021). *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Pakaian Bekas*. *PARADOKS: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 4(2), 508–516. <http://jurnal.fe.umi.ac.id/index.php/PARADOKS/article/view/820>
- Meivira, A., Ratnata Dewi, N. M. A., & Puspitasari, C. E. (2022). *Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Penggunaan dan Penyimpanan Antibiotika di Kecamatan Ampenan*. *Archives Pharmacia*, 4(1). <https://doi.org/10.47007/ap.v4i1.4925>
- Mukarromah, U., Sasmita, M., & Rosmiati, L. (2022). *Pengaruh Konten Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Dimediasi Minat Beli Pada Pengguna Aplikasi Tokopedia*. *Jurnal Manajemen Kreatif dan Inovasi*, 2(1), 312–325. <https://doi.org/10.59581/jmki-widyakarya.v2i1.2721>
- Mushofa, M., Hermina, D., & Huda, N. (2024). *Memahami Populasi dan Sampel: Pilar Utama dalam Penelitian Kuantitatif*. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(12), 5937–5948. <https://doi.org/10.46799/jsa.v5i12.1992>
- Nassè, D. T. B. (2021). *The Concept of Consumer Behavior: Definitions in a Contemporary Marketing Perspective*. *International Journal of Management & Entrepreneurship Research*, 3(8), 303–307. <https://doi.org/10.51594/ijmer.v3i8.253>
- Nasution, T. A., & Adam, A. A. (2025). *Analisis Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pizza Hut Delivery Medan Marelan*. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 5617–5627. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2846>
- Nurjayanti, D. D., & Nurhaty, E. (2017). *Pengaruh Ulasan Online (Online Review) Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Era Digital*. <https://journalpedia.com/1/index.php/jpb/index> Vol 6, No. 4 November 2024,

- 2015(2002), 1–30.
<https://journalversa.com/s/index.php/jpb/article/view/4030/4546>
- Pangestu, D. (2022). *Analisis Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan Bsi Mobile. Jurnal Muamalat Indonesia - Jmi*, 2(2), 72–86.
<https://doi.org/10.26418/jmi.v2i2.58961>
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF: Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen (Edisi Ket)*. Widya Gama Press.
- Parsaoran, I., & Wibasuri, A. (2025). *Pengaruh Konten Marketing dan Influencer terhadap Keputusan Pembelian Skincare Moell melalui Brand Image (The Influence of Marketing Content and Influencers on Moell Skincare Purchasing Decisions through Brand Image). Studi Ilmu Manajemen dan Organisasi*, 6(1), 251–263. <https://doi.org/10.35912/simo.v6i1.4101>
- Pasaribu, V. L. D. (2025). *Ecommerce Menciptakan Daya Saing Melalui Informasi Teknologi. In Media Pustaka Indo*.
- Prabhat, P., & Pandey, meenu M. (2023). *Research Methodology: Tools and Techniques. In Grassroots Youth Work*. BRIDGE CENTER.
<https://doi.org/10.56687/9781447328629-011>
- Pratama, R. G., & Riofita, H. (2025). *Strategi Bank BCA Dalam Menciptakan Nilai Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Dari Konsep Pemasaran*. 2(2), 11822–11839.
- Pratama, Y., Fachrurazi, Sani, I., Abdullah, M. A. F., Noviany, H., Narulita, S., Hapsara, Os., Zulkarnain, I., Fermayani, R., Sembiring, R. S. R., Abdurohim, & Islam, D. (2024). *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran (Analisis dan Strategi di Era Digital) (Vol. 2)*.
- Pratiwi, B. M., & Mahfudz. (2021). *Pengaruh Dukungan Selebriti, konten Iklan, dan Ulasan Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Dengan Minat Beli Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Platform Instagram di Provinsi Jawa Tengah). Diponegoro Journal of Management*, 10(5), 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Priyatno, S. H. (2022). *Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Asuransi Jiwa Tugu Mandiri. Parameter*, 7(1), 109–122.
<https://doi.org/10.37751/parameter.v7i1.192>
- Purbohastuti, A. W., & Hidayah, A. A. (2021). *Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. Jurnal Bisnis Terapan*, 6(3), 255–264.
- Purwanto, Y., & Sahetapy, W. L. (2022). *Pengaruh Content Marketing dan Influencer Endorser Terhadap Purchase Intention Produk Somethinc. Agora*, 10(1), 1–6.

- Putri, A. R., & Lestari, W. D. (2022). *Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, E-Service Quality dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 1474–1481.
- Putri, M. N., Sudarso, S., & Hariasih, M. (2025). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Konsumen Home Industry Tempe Di Desa Sepande)*. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 9(1), 2547–2577.
- Rafi, F., & Hermina, N. (2023). *Pengaruh Content Marketing dan Price Discount terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna Aplikasi Tokopedia di Kota Bandung)*.
- Rahayu, R. O. C., & Mulyaningsih, H. D. (2022). *Pengaruh Content Marketing dan Dukungan Influencer terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Fashion*. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 1, 136–145.
- Rahmadani, D., & Febransyah. (2025). *Analisis Pemahaman Pajak E-Commerce Pada Perkembangan Online Shop*. 3(1), 390–402.
- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global*. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213–223. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v1i2.853>
- Riyanjaya., N. A., & Andarini., S. (2022). *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Minat Beli Produk Wardah di Situs Belanja Online Shopee*. 3(5), 909–926. https://www.researchgate.net/publication/359775306_Pengaruh_Online_Customer_Review_dan_Online_Customer_Rating_Terhadap_Minat_Beli_Produk_Wardah_Di_Situs_Belanja_Online_Shopee
- Rochania, P. N. (2023). *Bauran Marketing 7P Online Shop Sebagai Strategi Marketing Komunikasi di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Racellin Eyewear)*. <http://publications.lib.chalmers.se/records/fulltext/245180/245180.pdf>
[tps://hdl.handle.net/20.500.12380/245180](https://hdl.handle.net/20.500.12380/245180)
<http://dx.doi.org/10.1016/j.jsames.2011.03.003>
<https://doi.org/10.1016/j.gr.2017.08.001>
<http://dx.doi.org/10.1016/j.precamres.2014.12>
- Rohadi, S. M. P., Wahono, B., & Hardaningtyas, R. T. (2025). *Pengaruh Brand Equity, Online Customer Review Dan Content Marketing Terhadap Minat Pembelian Brownies Amanda Di Kota Malang*. *e-Journal Riset Manajemen*, 14(02), 1106–1113.

- Sa'adah, A. N., Rosma, A., & Aulia, D. (2022). *Persepsi Generasi Z Terhadap Fitur Tiktok Shop Pada Aplikasi Tiktok*. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan*, 2(5), 131–140. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.176>
- Sahila, W. F., & Farida, S. N. (2025). *The Influence Of Live Streaming, Price Discount, And Online Customer Review On Purchase intention Of Somethinc products (A Study On Students Of UPN "Veteran" East Java As Consumers Of Somethinc Products Shopping On Shopee)*. 32(3), 167–186.
- Sembiring, A. C., Al Akhyar, D., Rida, R., Hurit, R. uron, Manday, D. R., Agustina, W., Robin, Dewi, R., Mawardi, Citta, A. B., Sustrami, D., Febrianti, R., Basuki, Iswanti, D. I., & Nugraha, Y. T. (2021). *Metodologi Penelitian*. CV MEDIA SAINS INDONESIA.
- Shadrina, R. N., & Sulistyanto, Y. (2022). *Analisis Pengaruh Content Marketing, Influencer, dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Pengguna Instagram dan Tiktok di Kota Magelang)*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Terapan*, 5(2), 78–83. <https://doi.org/10.31849/jmbt.v5i2.14231>
- Sutibi, F., & Batu, R. L. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Minat belu Sonny Playstation*. 17(2), 256–273.
- Sutisna, & Marcellia, S. (2022). *Perilaku Konsumen:Sebagai Dasar Untuk Merancang Strategi Pemasaran (Edisi Pert)*. CV ANDI OFFSET.
- Tjiptono, F. (2021). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan (Edisi Pert)*. Andy.
- Tonda, F., Ali, H., & Khan, muhammad A. (2024). *Pengaruh Promosi dan Online Customer Reviews Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 2(3), 305–318. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v2i3.213>
- Utama, A. P. (2023). *Manajemen Pemasaran:Konsep Dasar Dan Ruang Lingkup (Edisi Pert)*. CV. Adanu Abimata.
- Virawanti, A. C., & Sudarwanto, T. (2023). *Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Scarlett Whitening (Studi pada Konsumen Produk Scarlett Whitening di Surabaya)*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(No 2 Tahun 2023), 134–141.
- Widodo, A. D., & Paramitha, D. A. (2025). *Analisis Pengaruh Celebrity Endorser Tiktok, Content Marketing, Dan Product Quality Terhadap Minat Beli Produk Skincare Ms Glow*. 4, 836–844.

Zakiyah, I., Novie, M., Muzdalifah, L., Eka, C., & Violita. (2025). *Leverage Customer Reviews To Strengthen Consumer Trust and Increase Sales*. 1034–1059.