

## DAFTAR PUSTAKA

- adha, A., & Subambang, S. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Influencer Marketing, Dan Kualitas Website Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Shopee Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Graha Kirana. *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 62–75. <https://doi.org/10.61715/Jmeh.V1i2.13>
- Agung Tri Wahyudi, & Awin Mulyati. (2023). Pengaruh Influencer Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Melalui Marketplace Shopee. *Jurnal Articiel*, 2(2), 1–14.
- Amin, D. E. R., & Fikriyah, K. (2023). Pengaruh Live Streaming Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Muslim. *Jurnal Edunomika*, 07(01), 1–11. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jic/article/view/8056>
- Anggoro Wilis, R., & Faik, A. (2022). Effect Of Digital Marketing, Influencer Marketing And Online Customer Review On Purchase Decision: A Case Study Of Cake Shop “Lu’miere.” *Petra International Journal Of Business Studies*, 5(2), 155–162. <https://doi.org/10.9744/ijbs.5.2.155-162>
- Anisah, Handrijaningsih, L., & Wibisono, S. M. T. . Dan B. S. (2021). *Faktor-Faktor Yang Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee*. 15(April), 58–66.
- Arief, M., Mustikowati, R. I., & Chrismardani, Y. (2023). Why Customers Buy An Online Product? The Effects Of Advertising Attractiveness, Influencer Marketing And Online Customer Reviews. *Lbs Journal Of Management & Research*, 21(1), 81–99. <https://doi.org/10.1108/Lbsjmr-09-2022-0052>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta, 2013.
- Ayesha, I., Pratama, I. W. A., Hasan, S., Amaliyah, Effendi, N. I., Yusnanto, T., Diwyarthi, N. D. M. S., Utami, R. D., Firdaus, A., Mulyana, M., Fitriana, Norhidayati, & Egim, A. S. (2022). Digital Marketing (Tinjauan Konseptual). In *Pt. Global Eksekutif Teknologi*.
- Aziz, M. C., & Halik, A. (2024). Pengaruh Influencer Marketing, Price Discount Dan Online Customerreview Terhadap Minat Beli Produk Fashion Di E-Commerce Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945surabaya. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 7(6).
- Azizah, L., Gunawan, J., & Sinansari, P. (2021). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Tiktok Terhadap Kesadaran Merek Dan Minat Beli Produk Kosmetik Di Indonesia. *Jurnal Teknik Its*, 10(2). <https://doi.org/10.12962/J23373539.V10i2.73923>

- Darmawan, A. T., & Setiawan, M. B. (2024). Pengaruh Influencer Marketing, Electronic Word Of Mouth Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembelian Produk Erigo Di Kota Semarang). *Jesya*, 7(1), 778–789. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V7i1.1412>
- Dhani, V. R., Retno Hutami, W., Utami, P., Sesariya, F. V., Widiyanto, J. W., & Rahadhini, D. (2023). Analisis Pengaruh Promosi Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Surakarta. *Jambura*, 6(2), 654–661. <http://ejournal.ung.ac.id/index.php/jimb>
- Faza, F. F., Rubiyanti, R. N., Bisnis, A., Bisnis, F. K., & Telkom, U. (2024). *Pengaruh Advertising Attractiveness, Influencer Marketing Dan Review Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee*. 7.
- Ferdinand. (2015). *Metode Penelitian Manajemen Dengan Sem : Pedoman Penelitian Skripsi, Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Fiorentino, M. E., Sari, M. I., Reskiputri, T. D., & ... (2023). The Role Of Brand Image, Product Quality And Price In Improving Product Purchasing Decisions. ... *Research And Critics ...*, 1798–1808. <https://bircu-journal.com/index.php/birci/article/view/7734>
- Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 21 Up Date Pls Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25 Edisi 9*. Badan Penerbit - Undip. <https://doi.org/979-704-015-1>
- Hidayatullah, M. S., & Tuti, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Media Sosial Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Di Kfc Kota Bogor. *Culinaria*, 4(1), 1–18. <https://ejournal.asaindo.ac.id/index.php/culinaria/article/view/1284>
- Indriyani, N. K. S. R., Sucandrawati, N. L. K. A. S., & Laksmi, N. P. A. D. (2022). Kualitas Konten Digital Marketing Dan Pengaruhnya Terhadap Brand Image Dan Keputusan Pembelian Konsumen Di Kota Denpasar. *Koloni: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 1(3), 816–822.
- Islami, C. D., & Santo, S. (2024). Pengaruh Live Streaming, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Onlineshop. *Solusi*, 22(2), 215. <https://doi.org/10.26623/Slsi.V22i2.9027>
- Jason, I. N., & Slamet, F. (2024). *Dampak Advertising, Influencer, Dan Ulasan Online Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Jakarta Barat*. 06(03), 793–802.

- Kotler Philip Dan Keller Kevin. (2021). *Marketing Management* (16th Ed.). Pearson Education, 2021.
- Lugra Agusta Pranawa, I. P., & Abiyasa, A. P. (2019). Digital Marketing Dan Hedonisme Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(4), 58.
- Muhammad Fachmi, & Sinau, H. (2022a). The Effect Of Online Costumer Reviews And Influencer Marketing On Shopee Purchasing Decisions. *Terbuka Journal Of Economics And Business*, 3(2), 44–52. <https://doi.org/10.33830/Tjeb.V3i2.4206>
- Muhammad Fachmi, & Sinau, H. (2022b). The Effect Of Online Costumer Reviews And Influencer Marketing On Shopee Purchasing Decisions. *Terbuka Journal Of Economics And Business*, 3(2), 44–52. <https://doi.org/10.33830/Tjeb.V3i2.4206>
- Narbuko, Cholid., Achmadi, A. (2015). *Metodologi Penelitian*. Bumi Aksara, 2015.
- Nurvajri Tr, C., Yunus, M., & Chan, S. (2022). The Effect Of Content Marketing And Social Media Influencer On Customer Satisfaction And Their Impact On Online Repurchase Intention During The Covid-19 Pandemic. *International Journal Of Scientific And Management Research*, 05(06), 156–168. <https://doi.org/10.37502/Ijsmr.2022.5614>
- Putri, N. W. A. P. A. Y., & Sharif, O. O. (2021). Pengaruh Influencer Terhadap Engagement, Expected Value Dan Purchase Intention: Studi Pada Pelanggan Tokopedia. *E-Proceeding Of Management*, 8(4), 3228–3234.
- Rahman, S., Santoso, P. H., Stevanie, S., & Rusmansyah, W. (2021). The Influence Of Trust, Innovation, And Service Quality On Customer Satisfaction And Loyalty On Gojek Customers. *Kewirausahaan Dan Bisnis*, 65(1), 65–77. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/kurs/index>
- Robbins, S. P. (2015). *Perilaku Organisasi* (12th Ed.). Selemba Empat, 2015.
- Sahripah, N., & Barata, F. A. (2024). Pengaruh Influencer, Content Marketing Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop Pada Generasi Z Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. *Neraca Manajemen*, 6(10).
- Salsa Febriantari, D., Herman Mulyono, L. Edy, & Mujahid Dakwah, M. (2023). Vol 2 No.3 Sept Pengaruh Influencer Marketing, Applicatison Quality Dan Online Customer Review Terhadap Kecepatan Keputusan Pembelian Konsumen Gen-Z Melalui Shopee. *Jurnal Riset Pemasaran*, 2(3), 1–9. <https://doi.org/10.29303/Jrp.V2i3.3273>
- Sanjaya Ridwan. (2009). *Creative Digital Marketing*. Elex Media Komputindo.

- Sari, Dyah Kumala, & Paludi, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Uccello Dyah Kumala Sari 1 , Salman Paludi 2 Mahasiswa Stein Jakarta 1 , Dosen Stein Jakarta 2. *Majalah Ilmiah Panorama Nusantara*, 15(1).
- Sekaran, U., Bougie, R. J. (2017). *Research Methods For Business*. John Wiley & Sons, Limited.
- Setia Pratama, A., Ilham, R., Sutomo, S., Hermawan, A., & Wisnu Wardhana, L. (2024). The Effects Of Social Media Content, Influencer Marketing And Customer Reviews On Purchasing Decisions. *International Journal Of Science, Technology & Management*, 5(2), 485–489. <https://doi.org/10.46729/Ijstm.V5i2.990>
- Sholawati, A., Firdaus, F., & Fakhri, N. (2022). Pengambilan Keputusan Dan Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi Talenta Mahasiswa*, 1(4), 196–207.
- Subianto, T. (2017). Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3(3), 165–182.
- Sugiyono. (2016b). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta, 2016.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif/Prof. Dr. Sugiyono*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Dan Pengembangan (Research And Development/R&D) (4th Ed.)*. Alfabeta 2019.
- Surur, R. &. (2024). *Influencer Marketing , Online Customer Review ,. 07*.
- Sutardjo, S., Mandey, S. L., Ch, M., & Raintung, . . (2020). The Influence Of Lifestyle, Word Of Mouth And Endorsement On Purchasing Decisions At Gloriusgloriuss Store Manado. *Jurnal Emba*, 8(4), 90–99.
- Verawaty, V., & Seran, Y. P. (2023). The Influence Of Social Marketing Media And Digital Influencers On Fashion Purchase Decisions Through Customer Reviews On The Shopee Marketplace. *Jurnal Economic Resource*, 6(2), 375–386. <https://doi.org/10.57178/Jer.V6i2.705>
- Wahyuni, N. (2024). *Effect Of Influencer Marketing And Online Customer Review On Online Purchasing Decisions ( Case Study On Generation Z As Shopee Users In Karawang Regency )*. 3, 1–11.

Waluyo, A. (2022). Pengaruh Customer Review Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Shop Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Srikandi: Journal Of Islamic Economics And Banking*, 1(2), 103–112. <https://doi.org/10.25217/Srikandi.V1i2.2027>

Winarni, E. Widi. (2018). *Teori Dan Praktek Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Ptk, R&D* (R. A. Kusumaningtyas (Ed.)). Bumi Aksara, 2018.

Wiratna Sujarweni, V. (2014). *Metodologi Penelitian : Lengkap, Praktis, Dan Mudah Dipahami/V. Wiratna Sujarweni* (Cetakan Pe). Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2014.

