

DAFTAR PUSTAKA

- Adrianto, Rifqi, and Kurnia. 2021. "Kredibilitas Influencer Dalam Membentuk Kepercayaan Konsumen Terhadap Brand." *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi* 1(1):54–60. doi: 10.29313/jrmk.v1i1.117.
- Anggi Dea Suryani, Putu, and Ni Nyoman Yulianthini. 2023. "Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Niat Beli Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Pada Produk Skincare Merek Ms Glow Di Kecamatan Buleleng." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 5(2).
- 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>
- Anggraini, Windi, Berlintina Permatasari, and Almira Devita Putri. 2023. *Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop Pada Masyarakat Kota Bandar Lampung*. Vol. 6.
- 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>
- Aris Pasigai, M. (n.d.). *Balance : Jurnal Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan Pentingnya Konsep Dan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis*.
- Chin, W. W. (2019). The partial least squares approach to structural equation modeling. *Modern methods for business research*, 295(2), 295-336.
- Evania, S., Listiana, E., Wendy, ., Rosnani, T., & Fahrana, Y. (2023). The Effect of Influencer Marketing and Content Marketing on Customer Engagement and Purchase Decisions on Followers. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 12–20. <https://doi.org/10.9734/ajeba/2023/v23i2917>
- Fatila, A. N., Farida, E., & Millaningtyas, R. (n.d.). *Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening (Studi Pada Mahasiswi di Kota Malang)*. www.fe.unisma.ac.id
- Firdaus, Mukhammad, Siti Aisyah, and Eka Farida. 2023. "Pengaruh Customer Review, Customer Rating, Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Melalui Kepercayaan Di Online Shop Shopee." *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)* 67–83. doi: 10.37631/ebisma.v4i1.874.
- Gracelia, Yohana, and Farida Indriani. n.d. "Analisis Pengaruh Pemasaran Media Social, Reputasi Influencer Dan Diskon Harga Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Melalui Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi

- Pada Pengguna Tiktok Shop Di Kota Semarang).” *Diponegoro Journal Of Management* 12(4).
- Handayani, H. (2023). Implementasi Sosial Media Influencer terhadap Minat Beli Konsumen: Pendekatan Digital Marketing. *Jesya*, 6(1), 918–930. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.1023>
- Hardianawati. (2023). Affiliated Marketing Content In Shopee Through Tiktok Media On Purchase Decisions. *Revista de Gestao Social e Ambiental*, 17(4). <https://doi.org/10.24857/rgsa.v17n4-025>
- Herman, H., Maszudi, E., Hamid, R. S., Dewintari, P., & Aulia, A. (2023). Peran Influencer Marketing Online Customer Review dan Content Marketing dalam Keputusan Pembelian Pada Sosial Instagram. *Jesya*, 6(2), 1348–1358. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1059>
- Jamiat, N., Studi Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi, P., & Supyansuri, C. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Pada UMKM Sukapura Dayeuhkolot Kabupaten Bandung. *ATRABIS: Jurnal Administrasi*, 6(1). <https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2017->
- Khoziyah, Siti, and Evawani Elysa Lubis. 2021. “Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Followers Online Shop Instagram @Kpopconnection.” *Jurnal Ilmu Komunikasi* / 10(1):39–50.
- Komunikasi Visual, D., Tinggi Desain Bali, S., Tukad Batanghari No, J., & Denpasar, P. (n.d.-a). *Peran Influencer dalam Strategi Meningkatkan Promosi dari Suatu Brand (The Role of Influencer in Strategies to Increase Promotion of a Brand) Made Arini Hanindharputri dan I Komang Angga Maha Putra.*
- Komunikasi Visual, D., Tinggi Desain Bali, S., Tukad Batanghari No, J., & Denpasar, P. (n.d.-b). *Peran Influencer dalam Strategi Meningkatkan Promosi dari Suatu Brand (The Role of Influencer in Strategies to Increase Promotion of a Brand) Made Arini Hanindharputri dan I Komang Angga Maha Putra.*
- Kotler, Phillip and Keller Kelvin Lane. (2016). *Marketing Management*. (15th Global Edition), 978-1-292-09262-1.
- Kusnanto, Danang, Riska Ayu Oktaviany, And Rida Rahma. 2020. “Pengaruh Trust Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Singaperbangsa Karawang.” *Jurnal Ecoment Global* 5(1):40–47. doi: 10.35908/jeg.v5i1.912.
- Lackermair, G., Kailer, D., & Kanmaz, K. (2013). Importance of Online Product Reviews from a Consumer’s Perspective. *Advances in Economics and Business*, 1(1), 1–5. <https://doi.org/10.13189/aeb.2013.010101>
- Lucyantoro, B. I., & Rachmansyah, M. R. (n.d.). *Penerapan Strategi Digital Marketing, Teori Antrian Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di My BCA Ciputra World Surabaya).*

- Meriana, Shelia Ira, Irmawati Program, Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, and Dan Bisnis. n.d. *Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Live Streaming Tik Tok.*
- Nisa, R. R. (2019). Pengaruh Sosial Media Influencer dan Trustworthiness terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Make Over (di Royal Plaza). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 7(2).
- Nita, Livia, Karina Pasi, and Budi Sudaryanto. 2021. "Analisis Pengaruh Online Customer Reviews Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Shopee Di Kota Semarang)." *Diponegoro Journal Of Management* 10(3).
- Nurchahyo, R., & Andry, D. (2017). Pengaruh Trust, Price Dan Service Quality Terhadap Intention To Purchase Pelanggan Bhinneka.Com Informasi Artikel Abstract. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(3), 391–400. www.pengertianpakar.com
- Putri, N. A., Saidah, Z., Supyandi, D., & Trimo, L. (2020). Analisis Kelayakan Bisnis Kedai Kopi (Studi Kasus Pada Agrowisata N8 Malabar, Pangalengan, Kabupaten Bandung). *Journal of Food System and Agribusiness*, 89–100. <https://doi.org/10.25181/jofsa.v3i2.1564>
- Putri, P. M., & Marlien, R. A. (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25–36. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.510>
- Ramadhana, Risya, Monry Fraick, and Nicky Gillian Ratumbusang. n.d. *Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Influence Of Online Customer Review On Purchase Decisions On The Marketplace.*
- Ramadhani, K., In, C., & Taruna Wijaya, A. (2023a). *Short Video Endorse , Program Afiliasi Melalui Trust dan Keputusan Pembelian Produk Fashion pada Platform Tiktok di Indonesia* (Vol. 1, Issue 1). <https://sunanbonang.org/index.php/mift>
- Ramadhani, K., In, C., & Taruna Wijaya, A. (2023b). *Short Video Endorse , Program Afiliasi Melalui Trust dan Keputusan Pembelian Produk Fashion pada Platform Tiktok di Indonesia* (Vol. 1, Issue 1). <https://sunanbonang.org/index.php/mift>
- Regina, O. :, & Saerang, T. (2020). Saerang Analisis Pemanfaatan Media Sosial. *1172 Jurnal EMBA*, 8(4), 1172–1181.

- Rohmatulloh, Cincin, and Devilia Sari. n.d. *Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Shopee The Influence Of Online Customer Review On Purchase Intention With Trust As Intervening Variable In Shopee.*
- Sarstedt, M., Hair Jr, 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.
- Siregar, Akhmad Irwansyah. 2023. "Model Keputusan Pembelian Online Pasca Pandemi Covid-19 Melalui Digital Marketing Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan (Studi Pada Masyarakat Kota Jambi)." *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 23(2):2474. doi: 10.33087/jiubj.v23i2.3937.
- Siti Nuraeni, Y., & Irawati, D. (2021). *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen The Effect Of Online Customer Review, Quality Product, And Promotion On Purchasing Decision Through Shopee Marketplace (A Case Study Of Ubsi College Student)*(Vol. 9, Issue 4). <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/index>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta.
- Sujarweni, V. (2014). *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pusaka Baru Press.
- Suryani, P. A. D., & Yulianthini, N. N. (2023). Pengaruh Influencer Marketing terhadap Niat Beli yang Dimediasi oleh Kepercayaan pada Produk Skincare Merek MS Glow di Kecamatan Buleleng. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(2).
- Syah, M. A., & Indriani, F. (2020a). Analisis Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik (Studi Kasus pada Pengguna Famaledaily Indonesia). *Diponegoro Journal Of Management*, 9(3), 1-9. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Syari Harahap, H., Komala Dewi, N., Prawesti Ningrum, E., Ilmu Komunikasi, F., Bhayangkara Jakarta Raya, U., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM. In *Journal of Community Services in Humanities and Social Sciences* (Vol. 3, Issue 2).
- Utari, D., Yusrik, M., & Tinggi Ilmu Ekonomi Mulia Darma Pratama Palembang, S. (2021). *Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Kafe Di Kota Palembang* (Vol. 6, Issue 1).
- Uyuun, S. N. (2022). Pengaruh Influencer Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa FEB UNESA. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(2), 164-174.

Wahyu Hidayat, D., & Pandu Setiawan, A. (2015). *Perancangan Interior Kafe dan Restoran Khas Surabaya di Jalan Embong Malang Surabaya* (Vol. 3, Issue 2).