

DAFTAR PUSTAKA

- Adha, A., & Subambang, S. (2022). 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.
- Ahdiat, A. (2024). Jumlah Pengguna *E-Commerce* di Indonesia Meningkat 2020-2024. Diakses 9 April 2025, dari <https://databoks.katadata.co.id/e-commerce/statistik/6707a52f50651/jumlah-pengguna-e-commerce-di-indonesia-meningkat-2020-2024>
- Ahdiat, A. (2025). Pertumbuhan Pengguna Internet Global sampai Awal 2025. Diakses 9 April 2025, dari <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/67c14e9fd3e42/pertumbuhan-pengguna-internet-global-sampai-awal-2025>
- Ahdiat, A. (2025). Tren Pengunjung Situs Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli, dan Bukalapak Kuartal IV 2024. Diakses 9 April 2025, dari <https://databoks.katadata.co.id/e-commerce/statistik/678497283b827/tren-pengunjung-situs-shopee-tokopedia-lazada-blibli-dan-bukalapak-kuartal-iv-2024>
- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal manajemen dan keuangan*, 6(1), 660-669.
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, W. (2019). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian melalui

- Marketplace Shopee* (Studi pada Mahasiswa Aktif FISIP Undip). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(2), 55-66.
- 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 (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 7(1), 778-789.
- Fayadl, M. F., Widarko, A., & Mustapita, A. F. (2024). Pengaruh Gratis Ongkir, *Online Costumer Review* Dan *Flash Sale* Terhadap Keputusan Pembelian *Marketplace* Tiktok Shop (Studi Pengguna Tiktok Shop di Kota Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 2082-2090.
- Febriantari, D. S., Mulyono, L. E. H., & Dakwah, M. M. (2023). Pengaruh *Influencer Marketing*, *Application Quality*, dan *Online Customer Review* Terhadap Kecepatan Keputusan Pembelian Konsumen Gen-Z Melalui Shopee. *Jurnal Riset Pemasaran*, 2(3), 311-324.
- Fernando, A. W., Riorini, S. V., Widyanto, M. A., & Lathfi, M. (2023). Pengaruh *Influencer Marketing* dan Strategi Pemasaran *Shopee Live* terhadap Keputusan Pembelian Produk The Originote di Jakarta. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 30438-30445.
- Girsang, C. N. (2020). Pemanfaatan *Micro-Influencer* pada Media Sosial sebagai Strategi *Public Relations* di Era Digital. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 206-225.
- Hakim, A. F., Rachma, N., & Normaladewi, A. (2023). Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon, dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan

- Pembelian Konsumen TikTok Shop (Studi Pada Mahasiswa FEB Angkatan 2019 Universitas Islam. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).
- Halim, A., & Tyra, M. J. (2020). Pengaruh *online consumer review* dan *influencer* terhadap keputusan pembelian produk di *marketplace* Shopee. *Buletin Ekonomi: Manajemen, Ekonomi Pembangunan, Akuntansi*, 18(1), 99-120.
- 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 (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(2), 1348-1358.
- Kamanda, S. V. (2024). Pengaruh Fitur *Live* terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Pelanggan *E-Commerce* Shopee. *Jurnal Al-Amal*, 2(1), 1-7.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran (Edisi 12, Jilid 1). Erlangga.
- Lengkawati, A. S., & Saputra, T. Q. (2021). Pengaruh *Influencer Marketing* terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Elzatta Hijab Garut). *Prismakom*, 18(1), 33-38.
- Nuraeni, Y. S., & Irawati, D. (2021). Pengaruh *Online Customer Review*, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace* Shopee (Studi kasus pada mahasiswa UBSI). *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(4), 439-450.
- Priangga, I., & Munawar, F. (2021). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Di *Marketplace* Lazada

- (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Bandung). *Jurnal Bisnis, Manajemen & Ekonomi*, 19(2), 399-413.
- Putri, L., & Wandebori, H. (2016, September). Factors *influencing cosmetics purchase intention in Indonesia based on online review*. In *International Conference on Ethics of Business, Economics and Social Science* (pp. 255-263).
- Rahmawaty, R. (2024). Pengaruh Ulasan Pelanggan, *Influencer*, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Serum Somethinc Pada E-Commerce Shopee. *Journal of Young Entrepreneurs*, 3(1), 71-90.
- Ramadhon, G. S., Fauzi, R. U. A., & Kadi, D. C. A. (2023, September). Analisis Pemasaran Viral, Kualitas Produk, Harga dan *Live Streaming* Parfum Popcorn di *Marketplace* Tiktok terhadap Keputusan Pembelian pada Generasi Z di Madiun. In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 5).
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2018). *Perilaku Konsumen: Pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian*. Andi.
- Setiawati, U. V., Mardani, R. M., & Wahyuningtyas, N. (2024). Pengaruh Gratis Ongkir, *Discount*, Dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee (Studi Pengguna *Marketplace* Shopee di Kota Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 4291-4297.
- Sinaga, S. M., & Rochdianingrum, W. A. (2024). Pengaruh *Live Streaming*, *Online Customer Review*, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Produk Skincare Di Shopee. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 13(4).

Sugiharto, S. A., Ramadhana, M. R., Psi, S., & Psi, M. (2018). Pengaruh Kredibilitas *Influencer* terhadap Sikap pada Merek (Studi pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom). *Jurnal ilmu politik dan komunikasi*, 7(2).

Sumarwan, U. (2015). Perilaku konsumen: Teori dan penerapannya dalam pemasaran. Ghalia Indonesia.

Xu, X., Wu, J. H., & Li, Q. (2020). *What Drives Consumer Shopping Behavior in Live Streaming Commerce?. Journal of Electronic Commerce Research*, 21(3), 144-167.

Yasinta, K. L., & Nainggolan, R. (2023). Pengaruh *Influencer Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Somethinc di Surabaya dimediasi oleh *Brand Image*. *PERFORMA*, 8(6), 687-699.