

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmada, A. S., Arifin, R., & Normala, A. 2022. Pengaruh Influencer Marketing, Brand Image, Product Design, Product Quality Terhadap Purchase Intention Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada Brand Erigo di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 11(01).
- Arbaini, P. 2020. Pengaruh consumer online rating dan review terhadap keputusan pembelian pada pengguna marketplace tokopedia. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7(1).
- 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.
- Ar-rouf, M. R., Rachma, N., & Mustapita, A. F. 2021. Pengaruh Kualitas Website Dan E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee (Studi kasus pada mahasiswa FEB Universitas Islam Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(10).
- Avieandra Isvani Putri, A. 2021. *Pengaruh Online Customer Review, Rating Dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian melalui Shopee*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Butarbutar, L. 2019. *Pengaruh Online Customer Review, Influencer Marketing, dan Kualitas Website Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Shopee pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara*.
- Dyah Ayu Pramesti, A. 2021. *Tingkat Kepuasan Calon Mahasiswa UMPO Terhadap Website PMB Menggunakan Pendekatan Webqual*. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Farhan Hasrul, A., Sembiring, R., & Korespondensi, P. (n.d.) 2021. *Analisis Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap Minat Beli Produk Elektronik Di Tokopedia* (Vol. 2).
- Fauzi, S., & Lina, L. F. 2021. Peran Foto Produk, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Pada Minat Beli Konsumen Di E-Commerce. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 21–26.
- Ghafiki, R., & Setyorini, R. 2017. Pengaruh kualitas website terhadap keputusan pembelian pada situs bukalapak. com. *eProceedings of Management*, 4(1).
- Ghozali, I. (n.d.) 2018. *Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (4 (ed.); 8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hidayat, M. T., & Utami, F. N. 2022. *The Influence of Online Customer Reviews and Trust on Shopee Purchase Decisions for Millennials in Indonesia* (Vol. 9, Issue 1).
- Kanitra, A. R. & Kusumawati, A. 2018. Pengaruh Country of Origin dan Online Consumer Review terhadap Trust dan Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 Tahun Akademik 2017/2018 Pembeli Produk Oppo Smartphone). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 61(1), Agustus, 64-73.
- Lengkawati, A. S., & Saputra, T. Q. 2021. Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *PRISMAKOM*, 18(1), 33–38.
- Lesmana, Y. P. 2019. *Pengaruh Celebrity Endorser, Atribut Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia*.
- Magdalena, A. 2018. Analisis Antara E-service Quality, E-satisfaction, dan E-loyalty dalam konteks E-commerce BLIBLI. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(2).
- Magdalena, Y., & Sugiyanto, N. 2018. Pengaruh Website Quality, E-WOM, dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying pada Zalora.
- Melati, R. S., & Dwijayanti, R. 2020. Pengaruh harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(2), 882–888.
- Pratiwiningsih, I. 2018. *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image (Studi pada Konsuen Honda Vario di CV. Sumber Makmur Abadi)*. 1–60.
- PUTRI, M. 2021. *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Lazada Di Kecamatan Rumbio Jaya*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim RIAU.
- San Sabillah, H. 2022. Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Word Of Mouth, Kualitas Website, Dan Persepsi Harga Terhadap KEPUTUSAN Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(Spesial Issue 3), 174–187.
- Sari, C. R., & Hidayat, A. M. 2021. Pengaruh Influencer Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Uniqlo. *eProceedings of Management*, 8(2).
- Sari, E. W. 2021. *Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Delonix Stuff Di Bandung*. FISIP UNPAS.

- Setyowati, D., & Wahyudin, H. M. 2018. *Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Toko JavasCloth Mojolaban Sukoharjo)*. Univeritas Muhammadiyah Surakarta.
- Solihin, S. 2021. *Pengaruh Kualitas Website dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Online Shop Eigerindostore . com*. 1(1).
- Solihin, S., & Zuhdi, S. 2021. Pengaruh Kualitas Website dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 1(1), 13–22.
- Sugianto, Y. M. N. 2018. Pengaruh Website Quality, Electronic Word-Of-Mouth, dan Sales Promotion terhadap Impulse Buying pada Zalora. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(2), 9.
- Sugiyono.2018. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (M. Dr.Ir.Sutopo. Spd (ed.); kedua). Alfabeta.
- Yoga Prasetya, A., Dwi Astono, A., Ristianawati, Y., Studi, P. S., & Totalwin, S. (n.d.) 2021. *Analisa Startegi Pengaruh Influencer Marketing Di Social Media Dan Online Advertising Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko On Line Zalora) Strategic Analysis of the Effect of Influencer Marketing on Social Media and Online Advertising on Purchase Decisions (Case Study on Zalora Online Store)*.
- Yohanes, K., Suharyati, S., & Ediwarman, E. 2021. Pengaruh Influencer Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Street Boba. *Prosiding SENAPENMAS*, 1339.