

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Ahdiat. (2022). Pendapatan Shopee (Kuartal I 2021-Kuartal I 2022). Diambil kembali dari Databoks : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/05/18/pendapatan-shopee-pada-kuartal-i-2022>. (diakses pada tanggal 04 November 2022, Pukul 19.00 WIB)
- Amelia, R. D., Michael, & Mulyand, M. R. (2021). 80-Article Text-832-1-10-20210223. *Analisis Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada E Commerce Kecantikan*, 2(2), 1–7.
- Annisa Mutia. (2022). Deretan *Beauty Influencer* Indonesia Terpopuler di Instagram 2022. Diambil kembali dari Databoks : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/14/deretan-beauty-influencer-indonesia-terpopuler-di-instagram-siapa-saja>. (diakses pada tanggal 04 November 2022, Pukul 19.07 WIB)
- Annisa Mutia. (2021). 10 E-Commerce dengan Pengunjung Web Bulanan Tertinggi (Kuartal II-2021). Diambil kembali dari Databoks : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/17/bukan-shopee-tokopedia-juara-e-commerce-terpopuler-kuartal-ii-2021>. (diakses pada tanggal 04 November 2022, Pukul 19.05 WIB)
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, M. A. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee . *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–11.
- Arini, D. A. F., Hartono, S., & Istiqomah. (2022). Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee Ditinjau dari Celebrity Endorser, Online Customer Review dan Rating (Studi Kasus Pada Siswa SLTA Surakarta). *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4 (4), 887–898.
- Arman. (2022). *introduksi Manajemen Pemasaran* (Yusup (ed.)). CV. LD MEDIA.
- Banjarnahor, A. R., Hariningsih, E., Putri, H. D. M. B. P., Sari, O. H., Rismayani, S. P. N., Martina, S., Sahir, H. M. P. S. S. H., AUM, W. O. R., Sudarso, A. S. A., & Simanjuntak, M. (2022). *Social Media Marketing dan Bisnis Modern* (R. Watiranthos, J. Simarmata, & D. D. Pratama (eds.)). Yayasan Kita Menulis.
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Adnyana, I. M. D. M., Prasetyo, B., Vianitati, P., & Gebang, A. A. (2021).

Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif (Tambunan. Toman Sony (ed.)). CV. Media Sains Indonesia.

- Eneng Wiliana, & Nining Purwaningsih. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Kuliner Di Kota Tangerang Di Masa COVID-19. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 1(3), 242–251. <https://doi.org/10.55123/mamen.v1i3.641>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing* (B. Nasution (ed.)). PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Hendrayani, E., Sitinjak, W., Kusuma, G. P. E., Yani, D. A., Yasa, N. N. K., Chandrayanti, T., Wisataone, V., Wardhana, A., Sinaga, R., & Hilal, N. (2021). *Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep)* (Hartini (ed.)). CV. Media Sains Indonesia.
- Ismail, J. K., Nugroho, H., Indriana, I. H., Hendrayady, A., Sarjana, S., Purnamasari, M. S., Syamsiyah, N., Yahya, Supriatna, A., Sudirman, A., Riati, Lestari, D. S., Yuzalmi, N., & Kraugusteeliana. (2022). *Pengantar Manajemen* (H. F. Ningrum (ed.)). CV. Media Sains Indonesia.
- Kusumaningsih, S., Sutopo, J., & Nurlaeli, F. (2021). *Buku Panduan Marketplace* (A. M. B. K. PS (ed.)). CV. Global Aksara Pres.
- 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>
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716–727. <https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/1134>
- Meilinda, N. (2018). SOCIAL MEDIA ON CAMPUS: Studi Peran Media Sosial sebagai Media Penyebaran Informasi Akademik pada Mahasiswa di Program

- Studi Ilmu Komunikasi FISIP UNSRI. *The Journal of Society & Media*, 2(1), 53. <https://doi.org/10.26740/jsm.v2n1.p53-64>
- Mulyana, S. (2021). Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 7 (2), 185–195.
- Munandar, D. (2022). *Digital Marketing* (Nurjaya (ed.)). Cipta Media Nusantara.
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. CV. Media Sains Indonesia.
- Musfirah, Burhan, I., Afifah, N., & Sari, S. N. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif* (L. P. Syalina (ed.)). PT. Insan Cendekia Mandiri.
- Musnaini, Asrini, Andi, D., Wiguna, M., & Kristianti. (2021). *UMKM Digital Era New Normal* (M. F. Akbar & Hadion (eds.)). Insan Cendekia Mandiri.
- Nurakhmawati, R., Purnamawati, A., & Fahmi, I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan E-Commerce Shopee Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 191–204. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.1881>
- Pratiwi, A. A. M. (2021). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Online Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 3(2), 73–81.
- Rahmizal, M., & Yuvendri, R. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Di Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 04(03), 403. <https://doi.org/10.31575/jp.v4i3.336>
- Ramadhani, R., & Bina, N. S. (2021). *Statistika Penelitian Pendidikan: Analisis Perhitungan Matematis dan Aplikasi SPSS Edisi Pertama* (1st ed.). Prenada Media Group.
- Rozi, I. A., & Khuzaini. (2021). Pengaruh Harga Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10, 1–20.
- Rusilawati, E., Angkasa, C., Purwati, A. A., & Hamzah, M. L. (2022). Online Consumer Review , Keamanan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Disitus Jual Beli Shopee. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(2), 606–617.
- Sari, C. R., & Hidayat, A. M. (2021). the Influence of Influencer Marketing and Product Quality on Purchasing Decisions At Uniqlo Telkom University. *E-*

Proceeding of Management, 8(2), 1361–1368.
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/viewFile/14809/14586>

- Sari, D. C., Wardhana, A., Arfah, Darwin, M., Sulaiman, E., Rahmawan, G., Ridwan, M., Hastutik, S., Poltak, H., & Sangadji, S. S. (2021). *Manajemen Pemasaran* (Hartini (ed.)). CV. Media Sains Indonesia.
- Sarjana, S., Widiana, I. N. W., Verawaty, Mashadi, A, U. M., Sisilia, K., Sidjabat, S., Utami, A. R., Raharto, E., & Fauzan, R. (2022). *Manajemen Pemasaran* (R. Wujarso & D. E. Putri (eds.)). PT. Global Eksekutif Teknologi.
- SastroAtmodjo, S. (2021). *Manajemen Pemasaran (Marketing)* (R. R. Rerung (ed.)). CV. Media Sains Indonesia.
- Shadrina, N. R., & Sulistyanto, Y. (2022). Analisis Pengaruh Content Marketing, Influencer, dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Pengguna Instagram dan Tiktok di Kota Magelang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(1), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Sugiharto, S. A., & Ramadhana, M. R. (2018). Pengaruh Kredibilitas Influencer Terhadap Sikap Pada Merek. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, 8(2). <https://doi.org/10.34010/jipsi.v8i2.1333>
- Sugiyono. (2018a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018b). *Metode Penelitian Kuantitatif*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (2 Cetakan). CV. Alfabeta.
- Widiyawati, W., & Siswahyudianto. (2022). Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2018 UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10 (2), 356–366.
- Wijaya, A., Jamaludin, Khudori, A. N., Tarecha, R. I., Fauziah, Grace, E., Silitonga, H. P., Amna, Wardhana, A., Umiyati, H., Abidin, N., & Harto, B. (2022). *The Art Of Digital Marketing: Strategi Pemasaran Generasi Milenial* (A. Sudirman (ed.)). CV. Media Sains Indonesia.

Wulandari, C., & Efendi, D. (2022). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 11 (6).

Yuniat Ulfa. (2019). *Komunikasi dan Multikulturalisme di Era Disrupsi: Tantangan dan Peluang* (F. G. Sukmono, F. Junaedi, & E. Rasyid (eds.)). Buku Litera Yogyakarta.

