# DAFTAR PUSTAKA

Adrianto, R., & Kurnia. (2021). Kredibilitas Influencer dalam Membentuk Kepercayaan Konsumen terhadap Brand. Jurnal Riset Manajemen Komunikasi, 1(1), 54–60. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v1i1.117>

Afriliani, S., & Safina, W. D. (2022). Pengaruh Brand Awareness Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sabun Lifebuoy Di Desa Patumbak Kampung Kecamatan Patumbak. *Jurnal Edueco*, *5*(2), 78-87.

Agustin, N., &; Amron, A. (2022). The influence of influencer marketing and price perception on skincare buying interest on Tiktok Shop. Performance, 5(01), 49–61. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v5i01.2243>

Andriani, F. (2021). Pengaruh Iklan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia Di Jabodetabek). *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, *1*(3), 266–278.

Arikunto, S., (2017). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta.

Astuti, N. L. G. S. D., Widhyadanta, I. G. D. S. A., & Sari, R. J. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Lazada Terhadap Keputusan Pembelian Online. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, *4*, 897. <https://doi.org/10.24843/eeb.2021.v10.i10.p07>

Azizah, K. N., Laksono, S. S. M., & Munawaroh, N. A. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, Dan Tagline “Gratis Ongkir” Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shopee Food (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Uniska-Kediri). *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, *1*(6), 130-140.

Azizi, F., & Yateno, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Diskon dan Tagline “Gratis Ongkir” terhadap Keputusan Pembelian Pada Market Place Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB, Universitas Muhammadiyah Metro). *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, *1*(2), 260-277.

Azlin, N., Syahrudin, H., & Kuswanti, H. (2022). Pengaruh Tagline “Gratis Ongkir” Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Universitas Tanjungpura. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, *11*(3).

Banjarnahor, A. R., Purba, B., Sahir, A., Hafni, S., Munthe, R. N., Kato, I., Gandasari, D., Purba, S., Mulyana, Ashoer, M., Hendra, D. D., Simarmata, H. M. P., & Berlien, R. (2021). Manajemen Komunikasi Pemasaran (A. Karim (ed.); 1th ed.,). Yayasan Kita Menulis.

BPS. (2021). Statistik E-Commerce 2021. Jakarta

Dwijayanti, S. K. N. R. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Produk Fashion Di Marketplace Shopee. Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan, 1(2), 148–156.

Farki, A., & Baihaqi, I. (2016). Pengaruh online customer review dan rating terhadap kepercayaan dan minat pembelian pada online marketplace di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*, *5*(2), A614-A619.

Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Glucksman, M. (2017). The rise of social media influencer marketing on lifestyle branding: A case study of Lucie Fink. *Elon Journal of undergraduate research in communications*, *8*(2), 77-87.

Goetha, S. (2020). Analisis Pengaruh *Scarcity message* Terhadap Pembelian Impulsif dan Kaitannya dengan Kompetisi Konsumen Ritel di Kota Kupang. *Inspirasi Ekonomi: Jurnal Ekonomi Manajemen*, *2*(2), 33-47.

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).

Harahap, S., & Yuliana, Y. (2024). The Influence of Brand Image, Lifestyle and Word Of Mouth on Maybelline Mascara Purchasing Decisions (Case Study in Environmental Community I Medan Denai). *Sosial Humaniora Komunikasi dan Kebijakan Review*, *1*(1), 30-39.

Hartanto, B., & Indiyani, L. (2022). Minat Beli di Marketplace Shopee. PT Inovasi Pratama Internasional.

Hidayati, N. L. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Riviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 6(3), 77–84. https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/24741. ISSN : 2337-3539.

Husein, U. (2016). Metode Riset Manajemen Perusahaan. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Irawan, A., Mahfudoh, R., Lestari, Y. W., & Shyfa, M. T. (2024, February). Pengaruh Diskon Gratis Ongkos Kirim, Influencer, & Online Customer Review Terhadap Impulse Buying Produk Fashion Di E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa. In *Prosiding SEMANIS: Seminar Manajemen Bisnis* (Vol. 2, No. 1, pp. 364-371).

Istiqomah, M., & Mufidah, L. (2021). Pengaruh Review Service Menu Dan Rating Menu Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Marketplace Shopeefood. Jurnal Socia Akademika, 7(2), 99–103.

Kotler, P, dan Amstrong, G, (2016), Principles of Marketin, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.

Kotler, P. Keller, K.L. (2016), Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.

Latifah, U. N. N. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, Tagline “Gratis Ongkir” Dalam Bisnis E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Kudus Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan 2016) (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).

Lengkawati, A. S., & Saputra, T. Q. (2021). Pengaruh influencer marketing terhadap keputusan pembelian (studi pada Elzatta Hijab Garut). *Prismakom*, *18*(1), 33-38.

Morissan. (2015). Periklanan: Komunikasi pemasaran terpadu. Jakarta, Indonesia: Kencana Prenada Media Group.

Nasir, T. M. B., Priyono, A. A., & Sholehuddin, S. (2023). Pengaruh Iklan Sosial Media, Influencer Marketing, dan Electronic Word-of-Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Avoskin (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, *12*(01).

Nur, S. (2024). Pengaruh Kemudahan, Tagline Gratis Ongkir Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Menurut Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Mahasiswa FEBI Angkatan 2019 UIN Raden Intan Lampung) (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).

PT. Shopee International Indonesia. (2024). “Company Profile”. Diakses pada tanggal 9 Juli 2024 dari <https://careers.shopee.co.id/about>

Ramadhanty, N. A. (2022). The Influence of International Coffee Prices and Rupiah Exchange Rate on Export Volume of Coffee in Central Java. *JOBS (Jurnal Of Business Studies)*, *7*(1), 15-24.

Rodiatun, R., & Fikri, M. H. (2023). The Influence Of Service Quality And Ticket Price On Consumer Decisions On Bus PT. Medan North Star. *Jurnal Ekonomi*, *12*(01), 1340-1346.

Sari, V. N., & Nugroho, M. A. S. (2019). *Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon, Dan Iklan Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta* (Doctoral dissertation, STIE Widya Wiwaha).

Sari, A. P., & Putri, S. E. (2023, December). The Effect of Celebrity Endorsement, Influencer Marketing, and Electronic Word of Mouth (E-WOM) on Online Shopping Purchase Intention with Brand Image as an Intervening Variable on TikTok Shop Users. In *Proceedings of Bengkulu International Conference on Economics, Management, Business, and Accounting* (Vol. 1, pp. 240-251).

Saunders, M., Lewis, P., dan Thornhill, A. (2016). Research Methods for Business Students. Pearson Education (7th ed.).

Shidieq, F. M. (2020). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen Milenial Kota Bandar Lampung Pada Aplikasi Shopee. *Repos. Inst. Inform. Dan Bisnis Darmajaya*.

Sudha, M., & Sheena, K. (2017). Impact of influencers in consumer decision process: the fashion industry. *SCMS Journal of Indian Management*, *14*(3), 14-30.

Sujarweni, V. (2019) Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Taftazani, A. H., & Rosyadi, I. (2023). Pengaruh Influencer Marketing, Fashion Lifestyle, Dan Price Discount Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Shopee. *JURSIMA*, *11*(1), 225-237.

Trifts, V., Buchwitz, L. A. (2017). Marketing an introduction (6th ed.). Pearson Education.

Uma, S., Roger, B., (2017), Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua, Salemba Empat, Jakarta Selatan 12610.

Weenas, J. R. S. (2019). Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 1(4).

Widodo, R. (2022). *Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Flash Sale Dan Cash On Delivery, Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Online Shopee Pada Masyarakat Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU).

Wiley, J., & Sons. (2019). Digital Marketing All-in One for Dummies. John Wiley & Sons, Inc.

Wilujeng, S. (2017). Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap *Impulse buying* Konsumen Indomaret di Kecamatan Sukun Kota Malang. Journal FEB Universitas Kanjuruhan Malang, 457-469.

Zed, E. Z., Purnamasari, P., & Sellina, S. (2024). The influence of online customer rating, online customer review and taglines “free shipping” on purchasing decisions at the shopee marketplace in Cikarang. *Jurnal Ekonomi*, *13*(01), 1263-1273.