

## DAFTAR PUSTAKA

- Alexander. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Marketplace Bibli (Studi Kasus Pada Pelanggan di Kota Tangerang). *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis*, 2(2), 1-10.
- Amelia, R. D., Michael, & Mulyandi, M. R. (2021). Analisis Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Kecantikan. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(2), 274–280.
- Amin, Adisty, M., & Rachmawati, L. (2020). Pengaruh Label Halal, Citra Merek, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 3(3), 151–164.
- Compas. (2022). *10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace*. Compas. <https://compas.co.id/>
- Ditha, A. F., Wardhana, A., Amalina, D. K., Tri, I. W., Pradana, M., Renaldi, R., & Daud, P. (2021). The Influence of Service Quality and Consumer Trust on Consumer Loyalty of Sociolla. *IEOM Society International*, 1(2), 854–859.
- Dwidienawati, D., Tjahjana, D., Abdinagoro, S. B., Gandasari, D., & Munawaroh. (2020). Customer Review or Influencer Endorsement: Which One Influences Purchase Intention more. *Journal Heliyon*, 6(11), 1–11.
- Dzaky, D., & Widaningsih, S. (2023). Tinjauan Minat Beli Produk Indihome Studi Kasus di PT Telkom Indonesia Kandatel Solok Tahun 2022. *E-Proceeding of Applied Science*, 9(2), 683–688.
- Edelman. (2018). *Tingkat Kepercayaan publik terhadap media sosial/mesin pencari dan jurnalis (2012-2018)*. Databoks Katadata.
- Elizabeth Rahayu. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen T-Mart Express Indonesia. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 3(1).
- Faoziah. (2020). *Stratgei Komunikasi Bisnis Online Shop “Shopee” Dalam Meningkatkan Penjualan*. Universitas 17 Agustus 1945.
- Fathin, R. . (2021). Pengaruh online Customer Review dan Rating Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Pemesanan Hotel Traveloka (Studi Kasus: Pengikut Akun Instagram @explorebandung). *E-Proceeding*.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. Jawa Timur : Qiara Media.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi Keempat*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Yogyakarta: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Girsang, M. J., Candiwan, Handayani, R., & Ganesan, Y. (2020). Can Information Security, Privacy, and Satisfaction Influence the E-Commerce Consumer Trust? *2020 8th International Conference on Information and*

- Communication Technology, ICoICT 2020* (pp. 1-7). Yogyakarta, Indonesia: IEE.
- Hardani, Auliya, N. A., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. K., & Istiqomah, R. . (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu Group.
- Hardani, Auliyah, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., S., D. J., & I, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kualitatif*. In Repository.Uinsu.Ac.Id.
- Johanne. (2018). *Marketing Management*. In Cheneliere Education.
- Khairunnisa, S., & Rozza, S. (2022). *Pengaruh Electronic Word of Mouth Melalui Media Sosial TikTok Terhadap Keputusan Belanja di Aplikasi Tokopedia Dengan Kemudahan Sebagai Variabel Moderasi*. D4 Thesis. Politeknik Negeri Jakarta.
- Larasati, P. K. P., Kartika, K. D., Rahayu, A. S., Khairunisa, P., & Julianto, I. N. L. (2021). Efektivitas Content Creator Dalam Strategi Promosi Di Era Digital. *SANDI: Seminar Nasional Desain, 1*, 1–8. <http://eproceeding.isi-dps.ac.id/index.php/sandi-dkv/article/view/102>
- Larassaty. (2020). Pengaruh Harga Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntanasi*, 24(4).
- Mulyati, & Gesitera. (2020). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Purchase Intention dengan Trust Sebagai Intervening pada Toko Online Bukalapak di Kota Padang. *Jurnal Maksipreneur*, 9(2).
- Musnaini, & et al. (2021). *Digital Marketing*. Purwokerto : CV Pena Persada.
- Prasetio, A., Rahman, D. A., Sary, F. P., Pasaribu, R. D., & Sutjipto, M. R. (2022). The role of Instagram social media marketing activities and brand equity towards airlines customer response. *International Journal of Data and Network Science*, 6(4), 1195–1200. <https://doi.org/https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.6.014>
- Prasetio, A., Rahman, D.A., Sary, F.P., Pasaribu, R.D., Sutjipto, M.R. (2022). The Role Of Instagram Social Media Marketing Activities and Brand Equity Towards Airlines Customer Response . *International Journal of Data and Network Science*, 1195-1200.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Pustaka Setia.
- Rasyid, M. S., Millyanani, H., & Febrianta, M. Y. (2022). The Effect Of Social Media Marketing And Consumer Engagement As Mediating Variable Towards Consumer Purchase Intentions At Kopi Praja Bintaro (Case Study Of Social Media Instagram @kopipraja). *E-Proceeding of Management*, 8(6), 3248–3261.
- Razan, & Suyanto. (2022). The Effect Of Social Media On Customer Loyalty Mediated By Customer Relationship Management. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 1(3).

- Sari, P. K., Alamsyah, A., & Wibowo, S. (2018). Measuring e-Commerce service quality from online customer review using sentiment analysis. *Journal of Physics: Conference Series*. Telkom University.
- Satriadi., Wanawir., Hendrayani., Siwiyanti., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Samudra Biru.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018a). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018b). *metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. . (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi. In Research and Development Management (R and D)*. Pustaka Baru Press.
- Syarifah, E. K. (2021). Pengaruh Online Customer Review dan Kepercayaan terhadap Minat Beli pada Marketplace Lazada. *ECOTAL*, 2(2), 222–231.
- Ujia, N., Munawaroh, R. S., & Mawardi, I. (2018). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli Online. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 19(2), 41–50.