

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad farki, Imam baihaqi dan Mulia wibawa. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia. Jurnal teknis ITS vol 5 no 2.
- Ananda, A. F., & Wandebori, H. (2019). The Impact of Drugstore Makeup Product Reviews by Beauty Vlogger on YouTube Toward Purchase Intention by Undergraduate Student in Indonesia. International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science Journal.
- Arianto. (2022) Komunikasi Pemasaran : Konsep dan Aplikasi di Era Digital. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada
- Arman Hakim Nasution. (022). Manajemen Industri. Yogyakarta: Andi Offset
- Azwar, Saifuddin. 2019. Metode Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Banjarnahor, Astri Rumondang. 2021. Manajemen Komunikasi Pemasaran. Yayasan Kita Menulis
- Bunyamin, S. (2021). Manajemen Pemasaran, CV Literasi Nusantara Abadi.
- Chrismardani, Y dan Setiyarini (2022). Komunikasi Pemasaran Terpadu : Implementasi Untuk Umkm. 8(2), 14.
- Ferdinand, Augusty. (2019). Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hair, Joseph F., William C. Black, Barry J. Babin, Rolph E. Anderson, & Ronald L. Tatham. 2014. Multivariate Data Analysis. New Jersey: Pearson Education
- Hamirul, & Alamsyahril. (2020). Good Governance Dalam Perspektif Kualitas Pelayanan. Publik. Malang: CV. Pustaka Learning Center
- Hanjaya, Billy Surya, Bayu Setyo Budihardjo dan Catharina Aprilia Hellyani. 2023. Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada UMKM. JRIME : Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi Vol.1, No.3 Juli 2023,p. 92-101.
- Hartanto, Bobby & Indriyani, Leni. (2022). Minat Beli Di Marketplace Shopee. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Hasniaty, Budi Harto, Wirawan Istiono, Zen Munawar, Alexander Waworuntu, Meilani Tri Hapsari, Johni S. Pasaribu, Hadiansyah Ma'sum, Leili Kurnia Gustini, Hana Rengganawati, Dani Anggoro, Arief Yanto Rukmana dan

- Angga Aditya Permana. 2023. *Social Media Marketing*. Padang: Global Eksekutif Teknologi.
- Hendratta, Adhy Arya. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Kopi Cap Keluarga Di Kota K0otamobagu Sulawesi Utara. [Skripsi]. Bogor: Fakultas Ekonomi Manajemen Institut Pertanian Bogor.
- Hermawan, Kartajaya. 2021. On Marketing. Jakarta PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hidayat Rahmat, (2022). Strategi Pemasaran Brothers Café Dalam Membangun Brand Image.Medan: Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Medan Area.
- Ismail Nurdin, dan Hartati, Sri. (2019). Metodologi Penelitian sosial. Surabaya : Media Sahabat Cendikia.
- Jorlando, Filemon (2022) *Analisis Pengaruh Social Media Marketing, Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Minat Beli Kembali Konsumen Menggunakan Aplikasi TIX ID di Jakarta Utara Pada Masa Pandemi Covid-19 / Filemon Jorlando / 20180080 / Pembimbing : Tony Sitinjak*. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta.<http://eprints.kwikkiangie.ac.id/4096/>
- Khotimah, H., Khafid, M., & Pujiati, A. (2021). Sikap Konsumen Dan Gaya Hidup Mahasiswa Dalam Keputusan Pembelian Produk Fashion Melalui Minat Beli. *Journal of Economic Education*, 5 (2).
- Lee, Y., & Koo, J. (2022). Athlete endorsement, attitudes, and purchase intention: The interaction effect between athlete endorser-product congruence and endorser credibility. *Journal of Sport Management*, 29(5), 523–538.
- Lestari, M., SedyonoE. and SembiringI. (2022) “Analisis Pengaruh Minat Berbelanja Pada E-Marketplace Menggunakan Success Model System Berdasarkan Perspektif Pengguna”, *Jurnal Mnemonic*, 5(1), pp. 14 - 21. doi: 10.36040/mnemonic.v5i1.4455
- Manurung, S. P., (2022). Analyzing The Influence Of Trust, Information Quality, And Perceived Ease Of Use On Purchasing Decision Online. 4th Gadjah Mada International Conference on Economics and Business, 146- 160.
- Mursid, M (2022). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Bumi Aksara
- Noor, Juliansyah. (2020). Metodologi Penelitian. Jakarta: Kencana Prenada Media
- Priansa, Donni Juni.(2018)Komunikasi Pemasaran Terpadu. Bandung: CV. Pustaka Setia
- Salsabilla, N., & Handayani, T. (2023). PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW TERJADAP MINAT BELI DI SOSIAL MEDIA

- TIKTOK. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 1759-1769. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3272>
- Satriyo, B., Indriana, Y., & Ridlo, M. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, E-Service Quality, dan Review Content terhadap Minat Beli pada UMKM Produk Organik. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), 1563–1571. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n4.p1563-1571>
- Subawa, N. S., Widhiasthini, N. W., & Suastika, N. P. M. W. S. (2020). The Effect of Experiential Marketing, Social Media Marketing, and Brand Trust on Repurchase Intention in Ovo Applications. *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences*, 7(3), 11–21.
- Sugiyono. (2018). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA
- Suryani, I. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Produk Dan Potensi Indonesia Dalam Upaya Mendukung Asean Community 2015. *Komunikasi*, 8(2), 123–138.
- Tarjo. 2019. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Tirtayasa, Satria. “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kinerja pemasaran Industri Kecil Menengah sector Kontruksi Bengkel Las di Moderasi Kebijakan Pemerintah Pada Masa pandemic Covid-19” *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 4, no.1 (2021)
- Tjiptono, Fandy. (2019). *Pemasaran Jasa, indikator kepuasan pelanggan*. Malang: Bayumedia Publishing.
- WelsaH., Dwi CahyaniP., & MeidyansyahF. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen sebagai Variabel Intervening. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(3), 1026-1036. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i3.1471>
- Zed, Ety Zuliawati, Yunita Ramadhani Ratnaningsih dan Tri Mulyani Kartini. 2023. Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Online di E-commerce pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Cikarang. *Jurnal Mirai Management Volume 8 Issue 2 Pages 436 - 452*
- Zhou, Y.J. (2020). Impact Of E-Service Quality On Purchase Intention Through Mediator Perceived Value In Online Shopping. *Journal Of Information Engineering And Applications*, 7(8).