

## DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, A. F., dan H. Wandebori. 2016. 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*.
- Argo, J. G. 2021. Pengaruh *Influencer Marketing* Dan *Viral Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Bittersweet By Najla. *Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*. 1209-1218.
- Balhmar, M. A. 2021. Pengaruh Harga Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. 10 (10).
- Bandajati, J. M. 2023. Pengaruh Promosi *Video Marketing*, *Social Identity*, dan *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *Marketplace* Tokopedia. *Economics Professional in Action (E-Profit)*. 5 (2). 81-89.
- Banjarnahor, A. R. 2021. *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis. Medan.
- Chasanah, A. N. 2022. Pengaruh Persepsi Kualitas, *Word Of Mouth*, Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Luwak White Koffie. *Jurnal Manajemen dan Dinamika Bisnis*. 1 (1). 51-60.
- Evelina dan F. Handayani. 2018. Penggunaan Digital Influencer dalam Promosi Produk (Studi Kasus Akun Instagram @bylizzieparra). 1 (1).
- Farki, A., I. Baihaqi, B. M. Wibawa. 2016. Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*. 5 (2).
- Febriantari, D. S. 2023. Pengaruh *Influencer Marketing*, *Application Quality* Dan *Online Customer Review* Terhadap Kecepatan Keputusan Pembelian Konsumen Gen-Z Melalui Shopee. *Jurnal Riset Pemasaran*. 2 (3).
- Haerunnisa, Z. N., dan R. I. Yusuf. 2019. Beauty Influencer di Instagram terhadap gaya hidup mahasiswi Universitas Islam Makassar. *Jurnal Komunikasi Dan Organisasi*. 1(2). 46-54.
- Hariyanti, N. T., dan W. Alexander. 2018. Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Eksekutif*, 15 (1): 133-146.

- Hariyanto, H. T., dan Trisunarno. 2021. Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko Online di Shopee. *Jurnal Teknik ITS*, 9(2).
- Hartanto, B., dan L. Indriyani. 2022. *Minat Beli Di Marketplace Di Shopee*. PT Inovasi Pratama Internasional. Padang.
- Herman dan A. Aulia. 2023. Peran *Influencer Marketing Online Customer Review* dan *Content Marketing* dalam Keputusan Pembelian Pada Sosial Instagram. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*. 6 (2). 1348-1358.
- Hidayati, N. 2018. Pengaruh Bauran Promosi (Promotional Mix) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cokelat Kit Kat (Studi Kasus Di Kota Tanjungpinang, Kepulauan Riau). *Thesis Universitas Brawijaya*.
- Joesyiana, K. Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*. 4 (1). 71-85.
- Kotler, P., dan G. Armstrong. 2019. *Principles of Marketing*. Edisi keempat belas. Prentice Hall. Jakarta.
- \_\_\_\_\_, P., dan K. L. Keller. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua belas. PT Indeks. Jakarta.
- Mujiyana, M., dan Elissa, I. 2013. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online. *J@TI UNDIP : JURNAL TEKNIK INDUSTRI*. 8(3), 143-152.
- Naufal, F. M. 2015. Pengaruh Word Of Mouth Marketing Melalui Media Twitter @Flameonfootmate Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tahun 2014 The Influence Of Word Of Mouth Marketing On Twitter @ Flameonfootmate To Consumer ' S Purchase Decision In 2014. *E-Proceeding of Management*, 2(2), 1523-1529.
- Nugroho, T. A. 2021. Pengaruh Influencer Media Sosial dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Compass (Studi Pada Konsumen Sepatu Compass di Malang. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*. 1-14.
- Pamungkas, B. A. 2016. Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos, Jombang). *Komunikasi*, 10(2), 145-160.

- Priansa, D. J. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pada Era Media Sosial)*. CV Pustaka Setya. Bandung.
- Purwanto, S., dan A. G. Garut. 2023. Pengaruh Influencer Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kacang Dua Kelinci di Kota Surabaya. *Journal of Management & Business*. 6 (1). 657-663.
- Rahmawati, A. I. 2021. Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Kepercayaan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas Pgris Semarang). *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Kreatif*. 1 (1). 18-23.
- Saputra, A.S.L.T.Q. 2021. Pengaruh Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Elzatta Hijab Garut). In *Jurnal Pengembangan Manajemen, Bisnis, Keuangan dan Perbankan* (Vol. 18, Issue 1).
- Sari, W., dan L. Irena. 2019. *Komunikasi Kontemporer dan Masyarakat*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Setiadi, N. J. 2014. *Perilaku Konsumen, konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran*. Edisi pertama. Kencana. Bogor.
- Siswanto, H., dan M. Maskan. 2020. Pengaruh Brand Awareness dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Pada Preksu di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 6(1). 93-96.
- Solis. 2012. *The Rise of Digital Influence*. Altimeter Group. United States.
- Tjiptono, F. 2019. *Kepuasan Pelanggan – konsep, pengukuran dan strategi*. Edisi pertama. Andi Offset. Yogyakarta.
- Utami, N., dan S. B. Lestari. 2022. Pengaruh *Word of Mouth*, Kesadaran Merek Dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Mie Gacoan Di Yogyakarta). *Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Bangsa*. 2 (2). 851-866.
- Wahyudi, A. T., dan A. Mulyati. 2023. Pengaruh *Influencer Marketing* dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian produk *Fashion* melalui *Marketplace Shopee*. *Sosialita*. 2 (2). 311-324.
- Wiyono, B. 2009. Pengaruh Word of Mouth dalam Keputusan Pembelian. Kappa Sigma. Bandung.
- Yofita. 2020. Pengaruh Online Customer Review terhadap Purchase Intention dengan Trust sebagai Intervening pada Toko Online Bukalapak di Kota

Padang. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*. 9(2). 173.

