

DAFTAR PUSTAKA

- Trianita, A., dan R. W. Damayanti. 2024. *Pengaruh Kualitas Tampilan Aplikasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Gen Z Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi Pada Pengguna Social Commerce Tiktok Shop. di Yogyakarta. Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis*, 4(2), 113-126.
- Dwike dan Ratna 2022. *Peranan e-WOM dalam memediasi pengaruh perceived value dan persepsi harga terhadap niat beli konsumen Tiktok di DKI Jakarta. Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 407-422.
- Salsabilah, N. 2024. *Pengaruh Content Marketing Di Aplikasi Tiktok Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific (Studi Kasus Pada Generasi Z Di Kota Jambi) Doctoral dissertation, UNIVERSITAS JAMBI*
- Japarianto dan Adelia 2020. *Pengaruh Social media marketing, Elektronik word of mount dan persepsi harga terhadap niat beli pada smartphone vivo (Studi Pada Mahasiswa Dan Alumni Equil Choir Feb Unsrat). Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 975-984.
- Lubis, M. I., Nurbaiti, N. dan M. I. Harahap. 2024. *Analisis Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Konsumen Mahasiswa Jurusan Manajemen UNIVERSITAS Islam Negeri Sumatera Utara Pada Aplikasi Tiktok Shop. Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 5(1).
- Riyandana dan Bestari 2022. *Pengaruh Review Produk, Konten Marketing Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hanasui Mattedorable Lip Cream Pada Tiktok Shop. Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 7506-7521.
- Ramadhani, H., dan N. Anggrainie. 2023. *Pengaruh Persepsi Harga, Brand Equity, Viral Marketing, Brand Ambassador, Review Produk, dan Customer Relationship, Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific di Tiktok Shop. Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(4), 703-717.
- Agustin, N., dan A. Amron. 2022. *Pengaruh Influencer Marketing Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Skincare Pada Tiktok Shop. Kinerja*, 5(01), 49-61.
- Setiawan, E. B. 2023. *Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Roti'O di Kota Pangkalanbun) Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung.*
- Aisyah, S.N., dan Rosyidi, S. 2023. *Pengaruh persepsi harga, customer review, customer rating dan promosi flash sale terhadap keputusan pembelian di*

Shopee. *Jurnal Kompetitif*, 12(1), 48-60.

- Wahyoedi, S., Tj, H. W., dan Susana, S. 2022. Peranan e-WOM dalam memediasi pengaruh perceived value dan persepsi harga terhadap niat beli konsumen TikTok di DKI Jakarta. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 407-422.
- Wulandari, A., dan K,Bahrnun.2024. Pengaruh *Online Customer Review* Dan *Online Customer Rating* Terhadap *Online Purchase Decision* Produk Wardah *Official Shop Marketplace Shopee* (Studi Kasus Pada Mahasiswi Manajemen UMB). *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 5(1), 70-85.
- Agustin, N.A.,dan A, Fazizah. 2023. Pengaruh *Affilliate Marketing, Live Streaming, Online Customer Review* Dan *Online Customer Rating* Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Online Dalam Tiktokshop: Survei Konsumen Produk Skintific Pengguna Tiktok Shop. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 137-152.
- Tjiptono 2019. Perceived price, product design dan online customer review terhadap purchase intention pada produk wardah di marketplace shopee mall. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 81-89.
- Anggrenita, E.,dan O. A,Sander. 2022. Pengaruh Social Media Marketing terhadap *Purchase Intention* yang Dimediasi Customer Trust Produk MS Glow. *Journal of Business & Applied Management*, 15(2), 143-152.
- Aisyah, S. N.,dan S,Rosyidi.2023. Pengaruh persepsi harga, *customer review, customer rating* dan *promosi flash sale* terhadap keputusan pembelian di Shopee. *Jurnal Kompetitif*, 12(1), 48-60.
- Amin dan Rahmawati 2020. Pengaruh *Online Customer Riview* dan *Rating* Terhadap Minat Pembelian Online Shopee (Studi Kasus Pada Santri Putri Pondok Pesantren Salafiyah Syafi'iyah Seblak Jombang. *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 4(2), 343-358.
- Bahari,M.F., dan R,Dermawan.2021. Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Tokopedia di Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(2), 138-142.
- Rangian, M.C.,Wenas, R. S., dan D. C. A,Lintong. 2022. Analisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Ms Glow Skincare di kota Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10 (3), 284-294.

