

DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, S. 2017. Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek xiaomi di kota langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(1), 660-669.:(Studi Kasus Mahasiswa STIE CENDEKIA Bojonegoro angkatan 2017).
- Agustina, M., F. W., Tholok dan H. Handry,. 2019. Pengaruh kepercayaan, kemudahan, kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara online pada situs jual beli Tokopedia (studi kasus wilayah Tangerang). *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(3), 1-13.
- Anggraini, W., B, Permatasari., dan A. D. Putri,. 2023. Pengaruh *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop Pada Masyarakat Kota Bandar Lampung. *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 6(2), 86-96.
- Baedow, M. M. Z., dan E. Lataruva,. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kesesuaian Harga dan Intensitas Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Merek Rokok Djarum Super (Studi kasus pada konsumen rokok Djarum Super di kota Semarang) (Doctoral *Dissertation*, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Bastian, F., dan R. Rino,. 2023. Pengaruh *E-Wom*, *Brand Image* dan *Brand Trust* yang Dimoderasi oleh Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa S1 Universitas Negeri Padang Angkatan 2019- 2022). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 16672-16682.
- Dewi, F. E., A., Kuntardina, dan E. Adiputra. 2022. Pengaruh *Online Customer Review* Dan *Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Marketplace Shopee* :(Studi Kasus Mahasiswa STIE CENDEKIA Bojonegoro angkatan 2017). *JEMB-Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, 1(2), 90-99.
- Dian, N., dan N. Lina,. 2020. Pengaruh Komunikasi, Disiplin, Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Produksi Pt. Extrupack Bekasi Barat. *S1 Manajemen*, 1-24.
- Fajrillah, A., dan S. Ernawati,. 2023. Pengaruh *Online Customer Review* Dan *Online Customer Rating* Terhadap Minat Beli Produk Fashion Pada Pengguna Marketplace Shopee Di Kota Bima. *Journal of Student Research*, 1(5), 533- 543.
- Gde, K. E. C. N. T., dan R. S. N. W. Ekawati,. Peran *Brand Image* Memediasi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok Shop .

- Hasnah, H., M. F. Irzami, M. Y. H. A. Ramdhani, M. A. Bilisani, M. K. H. Yudhistira, dan B. M. Purnawijaya,. Pengaruh *Viral Marketing* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Kahf di Tiktok Shop. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 23(3), 257-265.
- Jamilah, S., dan K.A. Kusuma,. *The Influence of Content Marketing, Brand Image and Online Consumer Review On Purchasing Decisions at The Tiktok Shop* [Pengaruh Content Marketing, Citra Merek dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok Shop]. *JEMB-Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, 1(2), 90-99.
- Kartika, C. 2023. Pengaruh Iklan Sosial Media Tiktok Dan brand image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Maybelline (Studi pada Pengguna Tiktok di Bandar Lampung).
- Mahendra, K. P. 2019. Pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan CV Mitra Perkasa Utomo. *Agora*, 7(1).
- Mahendra, S., dan P. Edastama,. 2022. Pengaruh *Online Customer Review, Rating Dan Influencer* Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Casual Pada Marketplace. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 21-28.
- Maulana, F. 2021. Pengaruh Ulasan Online Terhadap Niat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening (Doctoral *Dissertation*, Universitas Komputer Indonesia).
- Meirichi, R. A., dan S. K. Prastiwi,. 2023. Pengaruh *Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk @BataOfficialStore Tiktok Shop Di Surakarta.(Doctoral *Dissertation*, UIN Surakarta).
- Mokodompit, H. Y., Lopian, S. V. J., dan F. Roring,. 2022. Pengaruh *Online Customer Rating, Sistem Pembayaran Cash On Delivery Dan Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Dan Alumni Equil Choir Feb Unsrat). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 975-984.
- Muawiyah, U., Alrasyid, H., dan S. A. Anwar,. 2023. Pengaruh Kepercayaan, Kenyamanan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Tiktok Shop dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Malang). *El-Aswaq: Islamic Economics and Finance Journal*, 4(01).

- Nabilah, A., dan A. Wardhana., 2024. Pengaruh *Sociasl Media Marketing Tiktok* dan *Online Consumer Review* terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific. Al- Kharaj: *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(4), 4644-4656.
- Nailufar, S. A. (2021). Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Minat Beli Penumpang Pada Maskapai Citilink Rute Pontianak–Surabaya (Doctoral *Dissertation*, STTKD Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta).
- Naufal, T. 2023. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Dukungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2020-2021 Universitas Jambi. (Doctoral *Dissertation*, Universitas Jambi).
- Ningtyas, S. A. 2023. Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Barang Secara Online di TikTok Shop. In *Seminar Nasional Keindonesiaan (FPIPSKR) (Vol. 8, No. 01)*.
- Novitasari, R. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Fitur Tiktok Shop. .
- Nurmanah, I., dan E. S. Nugroho., 2021. Pengaruh Kepercayaan (*Trust*) Dan Kualitas Pelayanan Online (*E-Service Quality*) Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Bukalapak. At-Tadbir: *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(1), 11-21.
- Octavia, A. C. 2020. Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk Dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian Di flaminggo collection. *Sumber*, 283(000).
- Palullungan, F., Soegoto, A. S., dan M. H. R. Rogi., 2023. Pengaruh *Content Marketing*, Sistem *Cash on Delivery (Cod)* Dan *Online Costumer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Tiktok Shop Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(4), 1169- 1178.
- Rahmawati, W., Yuniarta, A., dan E. D. Rahmawati., 2023. Minat Konsumen Membeli Produk Online Melalui Tik Tok Shop Ditinjau Dari Kepercayaan, Kualitas Dan Pengiriman Barang. *Journal of Student Research*, 1(3), 39-47.

- Razak, A., Maulidaini, S., Mustofa, A., Suraiya, N., dan I. Anggraini,. 2024. Pengaruh Harga Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Pada Live Streaming Aplikasi Tiktok Shop. *Neraca: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 136-146.
- Riskiyah, S. 2015. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Persepsian Terhadap Perilaku Penggunaan Melalui Manfaat Persepsian Situs Aplikasi Traveloka Pada Komunitas Backpacker Semarang .(Doctoral *Dissertation*, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).
- Sayekti, M. D., dan J. Dwiridotjahjono,. 2023. Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening. Al-Kharaj: *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2511-2524.
- Sekar C, S. 2019. Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada AHASS PT. TIGER DUA RIBU MEDAN (Doctoral *Dissertation*, Universitas Medan Area).
- Sianipar, F. A. H., dan Y. Yoestini,. 2021. Analisis Pengaruh *Customer Review* Dan *Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Online Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Tokopedia di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(6).
- Sigalingging, A. S. P. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Perilaku Konsumen (Doctoral *Dissertation*, Uajy).
- Zed, E. Z., Y. R., Ratnaningsih, dan T. M., 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*, 8(2), 218-225.