

DAFTAR PUSTAKA

- Adhim, C. (2020). Analisis Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Pada Butik Yulia Grace. *Pendidikan Tambusai*, 4(1), 239–247.
<https://jptam.org/index.php/jpttam/issue/view/15>
- Adhitya Yoga Prasetya , Ari Dwi Astono, R. Y., & Prodi. (2020). *Analisa Startegi Pengaruh Influencer Marketing Di Social Media, Online Advertising Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko On Line Zalora) Adhitya*. 11(November), 258–270.
- Agianto, R. (2022). a Pengaruh Interpersonal Skill Pada Social Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Erigo. *Journal Media Public Relations*, 2(1), 142–152.
<https://doi.org/10.37090/jmp.v2i1.543>
- Agus Wibowo. (2021). *INFLUENCER, Digital Marketing*. Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik.
- Al Aradatin, S. A., Muslih, B., & Meilina, R. (2021). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Aktif Prodi Manajemen Angkatan 2017 UNP Kediri). *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi (SENMEA)*, 757–767.
- Alfiansya, I., & Nurhadi, N. (2022). Pengaruh Influencer Media Sosial dan Testimoni terhadap Minat Beli Produk Erigo di Marketplace Indonesia. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(2), 843–856.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i2.1350>
- Amirullah. (2014). *Perilaku Konsumen* . Grah Ilmu .
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. . (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96.
<https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Anggraini, N., Barkah, Q., & Hartini, T. (2020). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Produk Rabbani Di Palembang. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 4(1), 26. <https://doi.org/10.31851/neraca.v4i1.4176>
- Ariella, R. I. (2018). “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelmid.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 215–221.
- Arti Sukma Lengkawati Taris Qistan Saputra. (2021). Pengaruh Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Elzatta Hijab Garut). *Jurnal Pengembangan Manajemen, Bisnis, Keuangan Dan Perbankan*, 18(1), 33–38. <https://jurnal.stieyasaanggana.ac.id/>
- Basyir, A. (2019). Pengaruh Fashion Lifestyle dan Pengetahuan Produk Terhadap

- Minat Beli (Studi Terhadap Konsumen Batik Tulis Madura Al-Fath KKG Bangkalan). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga(JPTN)*, 7(3), 564–570.
<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/31132/28284>
- Bilgies, A. F. (2017). Peran Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Billagio Skincare Clinic Sidoarjo. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 1(1), 78–90.
<https://doi.org/10.30737/ekonika.v1i1.7>
- Cahyani, N. M. A. D., & Aksari, N. M. A. (2022). Fakultas Ekonomi dan Bisnis , Universitas Udayana , Bali , Indonesia ABSTRAK PENDAHULUAN Alat komunikasi di era digital saat ini menjadi sebuah kebutuhan yang cukup penting untuk menunjang segala aktivitas masyarakat . Perkembangan teknologi telepon gengg. *E-Jurnal Manajemen, Vol.11, No.11, 11(11)*, 1957–1976.
- Dhara Ayu Crystrie1, S. H. S. (2021). *Apakah Influencer Marketing berpengaruh pada Pengambilan Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee pada Generazi Z? Dhara*. 3(2), 81–91.
- Efendi, A., & Chrismardani, Y. (2021). *Pengaruh E-Wom Dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Produk Fashion Secara Online Di Shopee*. 1(4), 365–372.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17.
<https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>
- Ferdiana Fasha, A., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). *DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI: BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 3(1), 2022.
<https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Hendayana, Y., & Afifah, N. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Minat Belanja Online Melalui. *KINERJA Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 32–46.
- Hutomo, A., Marditama, T., Limakrisna, N., Sentosa, I., Lee, J., & Yew, K. (2020). *Green Human Resource Management, Customer Environmental Collaboration and the Enablers of Green Employee Empowerment: Enhancing an Environmental Performance*. 1(2), 358–372.
<https://doi.org/10.38035/DIJEFA>
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42.
<https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>
- Kim, M. S., & Stepchenkova, S. (2018). Examining the impact of experiential value on emotions, self-connective attachment, and brand loyalty in Korean family restaurants. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*,

- 19(3), 298–321. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2017.1418699>
- Kotler, P. dan K. L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran* (edisi 13).
- Kotler, P. K. L. K. (2007). *Manajemen Pemasaran Edisi 13* (Erlangga ,Jakarta).
- Madina Nurul IvadahOsa Omar Sharif. (2021). Pengaruh Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Fashion Pada E-Commerce Shopee the Influence of Product Review on Purchase Decision Product Fashion Customer in E-Commerce Shopee. *E-Proceeding of Management*, 8(4), 3282–3290.
- Mandiri, S., & Fashion, E. (2022). Pengaruh “influencer” terhadap keputusan pembelian di cv. citra sejahtera mandiri (esme fashion). 24(2).
- Meidiarti, L., & Hadita. (2022). Analysis of Celebrity Endorsements in Social Media on Consumer Satisfaction Through Purchase Decisions for Scarlett Whitening Products (Case Study in Bekasi City). *Dinasti International Journal of Education Management and Social Science*, 3(6), 931–940. <https://doi.org/10.31933/dijemss.v3i6>
- Melati, R. S., & Renny Dwijayanti. (2020). Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(2), 882–888.
- Mutammam, M., Sumarwan, U., & Tinaprilla, N. (2019). Pengaruh Pengetahuan Konsumen, Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengisian Angin Merek Green Nitrogen. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(2), 231–241. <https://doi.org/10.17358/jabm.5.2.231>
- Nasution, R., Siregar, Z. M. E., Rachmat, & Sari, K. T. (2022). The Influence of Personality and Motivation on Teacher’s Job Performance. *International Journal of Business, Technology, and Organizational Behavior*, 2(March), 175–182.
- Noky Ananda Haniscara, S. (2021). Pengaruh Online Custome rievew dan tagline terhadap keputusan pembelian produk fashion di marketplace shopee dengan minat beli sebagai variabel intervening studi pada generasi muda surabaya. *Sains Sisio Humaniora*.
- Pakpahan, E. (2022). ANALISIS PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN CITRA MEREK TERHADAP CONSUMER TRUST DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Pengguna Tokopedia di Kota Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 11(1). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>
- Pasi, L. N. K., & Sudaryanto, B. (2021). Analisis Pengaruh Online Customer Reivews Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Shopee Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(3), 1–12.

<http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

- Pratama, Y. E., Sudarwati, S., & Istiqomah, I. (2019). Keputusan Pembelian Online Melalui Aplikasi Shopee Di Surakarta Ditinjau Dari Kualitas Layanan, Online Customer Review Dan Kepercayaan. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(02), 445–453. <https://doi.org/10.29040/jie.v3i02.665>
- Purwanto, Y., & Sahetapy, W. L. (2022). Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Endorser Terhadap Purchase Intention Pada Brand Skincare Somethinc. *Agora*, 10(1).
- Rachmi Oktora Citra Rahayu, & Hendrati Dwi Mulyaningsih. (2022). Pengaruh Content Marketing dan Dukungan Influencer terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Fashion. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 136–145. <https://doi.org/10.29313/jrmb.v1i2.544>
- Ramadhan, D. G., & Aulia, P. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian (Pada Studi Kasus Arief Muhammad Sebagai Brand Ambassador) Erigo. *EProceedings of Management*, 9(4), 2100–2112.
- Saebani, D. B. A. Ms., & H.Yana Sustisna, M. a. (2018). *Metode Penelitian*. Pustaka Setia .
- Shadrina, N. R., & Sulistyanto, Y. (2022). Analisis Pengaruh Content Marketing, Influencer, dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Pengguna Instagram dan Tiktok di Kota Magelang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(1), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Sokolova, K., & Kefi, H. (2020). Instagram and YouTube bloggers promote it, why should I buy? How credibility and parasocial interaction influence purchase intentions. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53(May). <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.01.011>
- Sri Mulyana. (2019). *Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee di Pekanbaru*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. ALFABETA.
- Sujarweni. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*.
- Susiyanti, E., Sumardjo, M., & Marzuki, F. (2022). *Analysis of the Relationship between Customer Satisfaction and Employee Job Satisfaction (Study at the Research Institute For Ornamental Fish Cultivation)*. 2(2), 146–162.
- Sutanto, Monica Adhelia , and Aprianingsih, A. (2016). *THE EFFECT OF ONLINE CONSUMER REVIEW TOWARD PURCHASE INTENTION: A STUDY IN PREMIUM COSMETIC IN INDONESIA*. *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science*.
- Syifa Milia Kerin, A. M. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo di Kota Cirebon.

- Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(September), 498–510.
- Tiya, M., Suari, Y., Luh, N., Sayang Telagawathi, W., & Yulianthini, N. N. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 5(1).
- Tjiptono, F. (n.d.). *PEMASARAN STRATEGIK EDISI 2*. CV. ANDI OFFSET, 2012.
- V. Wiratna Sujarweni. (2018a).
- V. Wiratna Sujarweni. (2018b).
- Wahyudi, T., & R, B. H. (2019). Online customer. *Jurnal Riset Manajemen*, 1–7.
- Walyoto, S., Sujarwati, S., Manajemen, P., Syariah, B., Uin, F., Mas, R., & Surakarta, S. (2022). Pengaruh Pemasaran Syariah Media Sosial, Kualitas Produk, Harga, dan Review Pelanggan Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 2210–2220. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5958>
- Widjanarko, W., & Saputra, F. (2023). Analisis Keputusan Pembelian dan Loyalitas Pelanggan terhadap Voucher Gratis Ongkos Kirim E-Commerce Shopee Indonesia. 4(5), 678–685.
- Wiratna Sujarweni. (2015).
- Yunita, T., Wijayanti, M., Bukhari, E., & Prasetyo, E. T. (2022). The Dilemma of Innovative Behavior of Hybrid Entrepreneurs in the Role of Employees. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 11(2), 253. <https://doi.org/10.30588/jmp.v11i2.932>