

DAFTAR PUSTAKA

- A.G, Suyono, Sri Sukmawati, Pramono.2012. *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Intidayu Press. Jakarta.
- Algiffary, M. Arief, Wahab, Zakaria, Shihab, Muchsin Saggaff, dan Widiyanti, Marlina. 2020. Pengaruh Celebrity Endorser, Online Advertising dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen pada E-commerce Tokopedia. *Journal Andalas Management Review*, Vol. 4, No. 2, Hal 16-31.
- Andrews, J. Craid, and Shimp, Trance A. 2017. *Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communications 10th Edition*. Canada: Nelson Education.
- Anggraeni, Nadiya Tazkiyatunnisa, Rivai, Agung Kresnamurti, Aditya, Shandy. 2023. Pengaruh *Perceived Risk* Dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Pada Pengguna Marketplace Di Kota Bekasi. *Sinomika Jurnal*, Vol. 1, NO.5, Hal 1311-1322.
- Astuti, Sekar Meilana Kinanthi, Lukitaningsih, Ambar, dan Hutami, Lusia Tria Hatmanti. 2021. Analisis Pengaruh Celebrity Endorser, Beauty Vlogger, Word of Mouth, dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Emina. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, Vol. 9, No. 1, Hal 53-62.
- Darmawan, Mohammad Dandy Agung, dan Laily, Nur. 2022. Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap Minat Beli Konsumen Marketplace Tokopedia Melalui Trust Sebagai Variabel Interveningnya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Volume 11, Nomor 6, Hal 1-17.

- Daulay, Nuraini. 2020. *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Medan Labuhan)*. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Elwalda, Abdulaziz, and Lu, Kevin. 2014. *The Influence of Online Customer Reviews on Purchase Intention: the Role of Non-numerical Factors*. European Marketing. <https://www.researchgate.net/publication/286460238>
- Fietroh, Muhammad Nur. 2023. *The Influence Of Price Perception And Product Quality On Online Purchase Intention In Pandemics And Trust As A Moderating Variable In Sumbawa Community*. *Jurnal Cafeteria*, Vol. 4 No. 1, Hal 278-282.
- Firmansyah Anang.2019. *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Firman, Ahmad, Ilyas, Gunawan Bata, Reza, Heru Kreshna, Lestari, Setyani Dwi, Putra, Aditya Halim Perdana Kusuma. 2021. *The Mediating Role Of Customer Trust On The Relationships Of Celebrity Endorsement And Ewom To Instagram Purchase Intention*. *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi*, Vol. 8, No.1, Hal 107-126.
- Fure, Hendra. 2013. *Lokasi Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca*. *Jurnal EMBA*, Vol. 1, No. 3, Hal 273-283.

- Ghozali, Imam. 2008. *Structural Equation Modelling, Edisi II*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, dan Latan, Hengky. 2012. *Partial Least Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanifah, Nurul, dan Wulandari, Ririn. 2021. *The Influence Of Online Customer Reviews, Ratings, And Brand Image Of Millennial E-Commerce Consumers In Indonesia On Purchase Decisions With Trust As A Mediator. International Journal of Economics, Business and Management Research, Vol. 5, No.07, Hal 166-182.*
- Herlina, Loisa, Julia, dan Mulyana, Tedy D.S. 2021. Dampak Flash Sale Countdown Timer di Marketplace Online Pada Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli sebagai Intervening. *Jurnal Digismantech*, Vol. 1, No. 1, Hal 11-17.
- Ismagilova, Elvira, Dwivedi, Yogesh K, Slade, Emma, Williams, Michael D. 2017. *Electronic Word of Mouth (eWOM) in the Marketing Context A State of the Art Analysis and Future Directions*. Cham: Springe Nature.
- Japariato, Edwin, dan Adelia, Stephanie. 2020. Pengaruh Tampilan Web dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variabel pada E-commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 14, No. 1, Hal 35-43.

- Khammash, M. 2008. *Electronics Word-Of-Mouth: Antecedent of reading customer reviews in on-line opinion platforms: A Quantitative Study From the UK Market*. ADIS International Conference.
- Kotler, Philip, and Keller, Kevin Lane. 2016. *Marketing Management 15th Global Edition*. England: Person Education Limited.
- Kotler, Philip, and Amstrong, Gary. 2018. *Principles Of Marketing 17th Global Edition*. United Kingdom: Person Education Limited.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran; Pendekatan praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Martini, Luh Kadek Budi, Sembiring, Ejasa Sembiring, dan Paulus, Frandy. 2022. *Customer Online Customer Rating dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Modeliafashion Pada Marketplace Tokopedia Jakarta*. *Journal of Applied Management and Accounting Science*, Vol. 4, No. 1, Hal 15-24.
- McKnight, D. Harrison, Choudhury, Vivek, and Kacmar, Charles. 2002. *Developing and Validating Trust Measures for E-commerce: an Integrative Typology*. *Informating System Reaserch*, Vol. 13, No. 3, Hal 334-359.
- Moonti, Usman. 2015. *Bahan Ajar Mata Kuliah Dasar-Dasar Pemasaran*. Yogyakarta: INTERPENA Yogyakarta.
- Mowen, John C dan Minor, Micheal. 2012. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Nugraha, Putri Jefri, Alfiah, Dian, Sinulingga, Gairah, Rojiati, Umi, Saloom, Gazi, Rosmawati, Fathihani, Johannes, Rene, Kristia, Batin, Mail Hilian,

- Lestari, Jati Widya, Khatimah, Husnil, dan Berbie, Maria Fatimah B. 2021. *Teori perilaku konsumen*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Nurhayati, Lina, dan Nurlinda, R. A. 2022. Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Customer Online Review* pada Minat Beli Melalui Customer Trust di Tokopedia. *Jurnal Multidisiplin Madani*, Vol. 2, No. 10, Hal 3697-3705.
- Pasi, Livia Nita Karnia, dan Sudaryanto, Budi. 2021. Analisis Pengaruh *Online Customer Reviews* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Jurnal of Management*, Vol. 10, No. 3, Hal 1-12.
- Puspita, Kartika Candra. 2022. *The Effect Of Online Customer Reviews And Celebrity Endorsements On Purchase Intention (Study on Scarlett Whitening with Trust as Moderation)*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 11, No. 3, Hal 682-689.
- Putra, Denny Pratama, Suprihatini, Lia, dan Kurniawan, Roni. 2021. *Celebrity Endorser, Online Customer Review, Online Customer Rating*, Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Bahtera Inovasi*, Vol. 5, No. 1, Hal 57-65.
- Rifa'i, Khamdan. 2019. *Membangun loyalitas pelanggan*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu Yogyakarta.
- Rohmatulloh, Cincin, dan Sari, Devilia. 2021. Pengaruh *Online Customer Review* Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening

- Pada Shopee. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Telekomunikasi dan Informatika*, Vol. 8, No. 3.
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks.
- Schiffman, Leon, and Wisenblit, Joe. 2019. *Consumer behaviour twelfth edition*. New Jersey: person education.
- Shimp, Trance. A, and Andrews, J. Craig. 2013. *Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communications*. USA: Cengage learning.
- Simamora, B. 2011. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Menguntungkan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Soekotjo, Edward. 2022. Pengaruh Online Customer Review Terhadap Kepercayaan Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dnd Pet Di Marketplace Shopee. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Volume 7, Nomor 5, Hal 584-594.
- Sudarsono, Heri. (2020). *Buku ajar: Manajemen pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.
- Sugiyono. 2013. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, and R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, and R&D*. Bandung: Alfabet.

- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Sunyoto, Danang. 2015. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS
- Syarifah, Eka, dan Karyaningsih. 2021. Pengaruh Online Cutomer Review dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Pada Marketplace Lazada. *Journal of Management*, Vol. 4, issues 1, Hal 235-244.
- Thakur, Rakhi. 2018. *Customer Engagement and Online Reviews*. *Journal of Retailing and Customer Service*. Vol. 41, Hal 48-59.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy, Ph.D dan Gregorius Chandra.2016. *Service, Quality & Satisfaction edisi 3*. Yogyakarta: Andi.
- Wicaksana, Seta, A, Lunadevy, Safira, A, Mita, Tesa, L, Soedira, Veronica, G, Kartika, Maria H, dan Putri, Dinda, N, W. 2022. *Perilaku konsumen: kunci memenangkan bisnis*. Riau: DD Publishing.
- Zainurossalamia, Saida. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Lombok Tengah: Forum Pemuda Aswaja.
- Zhao, X., Liang, W., Xiao, G., dan Rob,L. 2015. *The influence of Online Reviews to Online Hotel Booking Intentions*. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 27, No.6.
- <https://www.tiktok.com/@nakiirana>, diakses pada 09 Desember 2022
- <https://vt.tiktok.com/ZS8DBWdah/>, diakses pada 27 Januari 2023
- <https://sensortower.com/>, diakses pada 02 Februari 2023

<https://www.pop-star.me/blogs/penjualan-tiktok-shop-melebihi-marketplace-tokopedia-cek-faktanya>, diakses pada 26 Februari 2023

<https://vt.tiktok.com/ZS8HCTWkp/>, diakses pada 26 Februari 2023

<https://akurat.co/zap-beauty-index-2019-454-perempuan-indonesia-gunakan-skincare-di-usia-19-tahun>, diakses pada 6 Juli 2023

<https://dataindonesia.id/varia/detail/ini-produk-skincare-paling-banyak-dipakai-pria-dan-wanita>, diakses pada 6 Juli 2023

<https://dataindonesia.id/internet/detail/per-april-2023-pengguna-tiktok-indonesia-terbanyak-kedua-dunia>, diakses pada 24 Juli 2023