

DAFTAR PUSTAKA

- Agusli, D., & Kunto, Y. S. (2013). Analisa Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Midtown Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2), 1-8.
- Aini, D, R., & Astuti, S, R, T. (2022). Pengaruh Electronic Word-of-Mouth dan Rating Konsumen di Situs Female Daily Terhadap Minat Beli Produk dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 11(6), 1-12.
- Ang, F. O., & Andreani, F. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Feel in Taste di Kupang Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. *Agora*, 10(1), 1-7.
- Auliya, Z. F., Umam, M. R. K., & Prastiwi, S. K. (2017). Online Customer Reviews (OTRs) dan Rating: Kekuatan Baru pada Pemasaran Online di Indonesia. *Ebbank*, 8(1), 89-98.
- Ayesha, I., Pratama, I. W. A., Hasan, S., Amaliyah., Effendi, N. I., Yusnanto, T., Diwyarthi, N. D. M. S., Utami, R. D., Firdaus, A., Mulyana, M., Fitriana., Norhidayati., Egim, A. S. (2022). *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. Padang: Global Eksekutif Teknologi.
- Bagikan Berita. (2021). 6 Langkah Daftar TikTok Shop, Bisa Berjualan di TikTok dan Menghasilkan Banyak Uang, Segera Eksekusi di Sini. Retrieved from: <https://agikanberita.pikiran-rakyat.com/hiburan/pr-682783446/6-langkah-daftar-tiktok-shop-bisa-berjualan-di-tiktok-dan-menghasilkan-banyak-uang-segera-eksekusi-di-sini>
- Berita DIY. (2021). Apa itu TikTok Shop? Ini Penjelasan dan Cara Belanja di Fitur Baru TikTok. Retrieved from: <https://beritadiy.pikiran-rakyat.com/teknologi/pr-702635561/apa-itu-tiktok-shop-ini-penjelasan-dan-cara-belanja-di-fitur-baru-tiktok>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Data Indonesia. (2022). Semakin Banyak Pelaku Usaha Daring di Indonesia pada 2022. Retrieved from: <https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/semakin-banyak-pelaku-usaha-daring-di-indonesia-pada-2022>

- Fauzi, V. P. (2016). Pemanfaatan Instagram Sebagai Social Media Marketing Er-Corner Boutique Dalam Membangun Brand Awareness di Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa*, 3(1), 1-15.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Giantari. (2021). *Niat Beli Via Online: Berbasis Pengalaman, Kepercayaan, dan Persepsi Kontrol Perilaku*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2020). Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Star Seller Terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga. *Jurnal Teknik ITS*, 9(2), 234–239.
- Jalilvand, M. R., & Samiei, N. (2012). The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention. *Marketing Intelligence & Planning*, 30(4), 460-476.
- Jati, W., & Yuliansyah, H. (2017). Pengaruh strategi pemasaran online (Online Marketing Strategy) terhadap minat beli konsumen (studi kasus pada toko online shop azzam store). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(1), 127-138.
- Kentzo., Claudia, G. A., Siaputra, H., & Iskandar, V. (2020). Analisa Pengaruh e-WOM Terhadap Minat Beli Konsumen Setelah Kejadian Food Poisoning di Restoran X Surabaya Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Mediator. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 8(1), 147-160.
- Kevin, A., & Siagian, H. (2020). Pengaruh Online Product Review dan Website Quality Terhadap Purchase Intention Ketika Melakukan Pembelian Online di Tokopedia. *Agora*, 8(2), 1-6.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Media Konsumen. (2023). TikTok Shop. Retrieved from: <https://mediakonsumen.com/?s=tiktok+shop#gsc.tab=0>
- Mulyati, Y., & Gesitera, G. (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), 173-194.
- Musnaini., Suherman., Wijoyo., & Indrawan, I. (2020). *Digital Marketing*. Purwokerto: Pena Persada.
- Potter, W. J. (2021). *Digital Media Effects*. London: Rowman & Little Field.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: Pustaka Setia.

- Rauf, A., Manullang, S. O., Ardiansyah, P. S. T. E., Diba, F., Akbar, I., Awaluddin, R., Muniarty, P., Firmansyah, H., Mundzir, A., Manalu, V. G., Depari, G. S., Rahajeng, E., Apriyanti, M. D., Riorini, S. V., & Yahawi, S. H. (2021). *Digital Marketing: Konsep dan Strategi*. Cirebon: Insania.
- Romindo., Muttaqin., Saputra, D. H., Purba, D. W., Iswahyudi, M., Banjarnahor, A. R., Kusuma, A. H. P., Effendy, F., Sulaiman, O. K., Simarmata, J., (2019). *E-Commerce: Implementasi, Strategi & Inovasinya*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business*. United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.
- Simamora, B. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sugiyono. (2007). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R dan D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Susetyarsi, T. H. (2013). Analisis Pengaruh Strategi Desain Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Skuter Matik Yamaha Merek Mio Fino di Kota Semarang. *Jurnal Stie Semarang (Edisi Elektronik)*, 5(2), 33-49.
- Tantrabundit, P., & Jamrozy, U. (2019). Influence of Online Review and Rating System towards Consumer Preferences in Hospitality Sector Influence of Online Review and Rating System towards Consumer Preferences in Hospitality Sector. *Journal of Business Diversity*, 18(4), 1–18.
- Wahyudi, T., Rinuasti, B, H., & Sarmo, S. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen Remaja Kota Mataram Pada Pembelian Produk Fashion Shopee Online Shop. *Jurnal Riset Manajemen*, 19(1), 1-7.
- Wibisono, H., Wijaya, K. E., & Andreani, F. (2021). Pengaruh Online Review dan Online Rating Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Pergikuliner di Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 9(1), 1-14.
- Yohandi, S., Yuliana., Arwin., Lisa., & Ivone. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Di Fortunate Coffee Cemara Asri Deli Serdang. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 1(2), 182-186.
- Zafar, Q., & Rafique, M. (2013). Impact of Celebrity Advertisement on Customers Brand Perception and Purchase Intention. *Journal of Business and Management Sciences*, 1(11), 53-67.