

DAFTAR PUSTAKA

- Al Farisi, Salman, Siti Saroh, and Ratna Nikin Hardati. 2020. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Lazada (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang Pengguna Marketplace Lazada).” *Jiagabi* 9(2):377–85.
- Alghiffari, I. M., & Listyorini, S. (2022). The Effect Of Influencer And Consumer Review On Purchase Intention With Brand Image As Intervening Variable. *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*, 7(3).
- Aulia, Tarisa, Larasati Ahluwalia, and Kemala Puji. 2023. “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Di Bandar Lampung.” *SMART: Strategy of Management and Accounting through Research and Technology* (2):58–69.
- Caniago, A. (2022). Analisis Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(3), 219.
- Clarissa Safira Maharani, & Tri widarmanti. (2023). Pengaruh Influencer Review Dan Customer Review Terhadap Purchase Intention Pada Produk Avoskin. *Serat Acitya*, 11(2), 188–203. <https://doi.org/10.56444/sa.v11i2.923>
- Damayanti, Anisia, Rois Arifin, and Rahmawati. 2023. “Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Fitur Tiktok Shop Pada Aplikasi Tiktok.” *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis* 12(01):510–18.
- Dwidienawati, D., Tjahjana, D., Abdinagoro, S. B., Gandasari, D., & Munawaroh. (2020). Customer review or influencer endorsement: which one influences purchase intention more? *Heliyon*, 6(11), e05543. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05543>
- Elsha Champion Febrianta, Robertus Basiya. 2023. “Intention (Study On Consumer Tokopedia In Semarang) Pengaruh Pengetahuan Produk Konsumen , Kepercayaan Dan Presepsi Resiko.” *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4(6):7948–57.

- Ghozali, I. & Latan, H. (2015) *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, T. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli (Studi kasus pada smartphone Samsung di Neo Komunika). *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 195-202.
- Lemeshow, S., Hosmer Jr, D.W., Klar, J., Lwanga, S. K. 1997. *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Maharani, C. S. (2022). Pengaruh Influencer Review Dan Customer Review Terhadap Purchase Intention Pada Produk Avoskin. *Serat Acitya - Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, 11(2), 188-203.
- Mananoma, C. L. P., Kawengian, D. D. ., & Kalangi, J. S. (2020). Peran Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Kepercayaan Pembeli Perumahan Holland Village Paniki. *Komunikasi Pemasaran*, 91(5), 17.
- Martini, L. K. B., Sembiring, E., & Paulus, F. (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*, 4(1), 15-24.
- Muhammad Irham Athhar vieri dan AMA. (2023). *Analisis Pengaruh Customer Review Dan Influencer Review Terhadap Purchase Intention Yang Dimoderasi Oleh Trust Serta Dampaknya Kepada Purchase Decision Toko Produk Fashion Di Shopee*. 8(1), 1–10.
- 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.
- Nuraini, Annisa, Retno Hartati, Sri Rejeki Ekasasi, and Hari Nurweni. 2023. "Pengaruh Variabel Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela Di Kalangan Pemuda Yogyakarta Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi." *Stimykpn* 4(1):11–26.

- P, Aveline Winona, and Hatane Samuel. 2023. "Pengaruh Promosi *Freegift* Dan *Celebrity Image* Lemonilo Terhadap *Repurchase Intention*." 1–13.
- Priangga, Ilham, and Fansuri Munawar. 2021. "Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Lazada (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Bandung)." *Jurnal Bisnis Manajemen & Ekonomi* 19(2):399–413.
- Purwanto, Yunita, Laura Sahetapy, Program Business Management, Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, and Jl Siwalankerto. 2022. "Pengaruh Content *Marketing* Pada *Brand Skincare Somethinc*." *Agora* 10(1):1–6.
- Putri, Namira Zahra, and Teguh Widodo. 2022. "Analisis Pengaruh *Customer Review* Dan *Influencer Review* Dengan *Trust* Sebagai Variabel Moderasi Terhadap *Purchase Intention* Pada *E-Commerce* (Studi Pada Tokopedia)." *E-Proceeding of Management* 9(3):1308–15.
- Rahmawati, A. I. (2021). *Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas Pgrri Semarang)*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Ekonomi Kreatif*, 1(1), 18-23.
- Razan, G. D., & Suyanto, A. (2022). Analisis Pengaruh *Online Customer Review, Influencer Review* dan *Trust* terhadap Minat Beli Pada Produk Skincare Varian Serum Elsheskin. *eProceedings of Management*, 9(4).
- Rhamdani, Sofia Putri, and Mochamad Yudha Febrianta. 2023. "Pengaruh *Customer Review* Dan *Influencer Endorsement* Terhadap *Purchase Intention* Dengan *Trust* Sebagai Variabel Moderasi Pada Produk Ms Glow." *Jurnal Ilmu Manajemen* 12(2):201–12.
- Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2019). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara *Online*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 318. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v11i1.20164>
- Sahputra, C., Octaviani, V., & Yanto, Y. (2023). *The Effect Of Influencers On Purchase Decisions In Xinonaboba Kapuas, Bengkulu City*. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 2(3), 509-526.

- Simangunsong, Elisabeth, Ria Veronika Sinaga, and Yosefa Pasca Ulina Manihuruk. 2022. "Pengaruh Prediktabilitas Merek, Kesukaan Pada Merek, Kompetensi Merek, Reputasi Merek Dan Kepercayaan Pada Perusahaan Terhadap Loyalitas Merek Honda." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 22(September):314–33. doi: 10.54367/jmb.v22i2.2138.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Soekotjo, Edward. 2022. "Pengaruh Online Customer Review Terhadap Kepercayaan Pelanggan Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen DND Pet Di Marketplace Shopee." *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* 7(2021):585–94.
- Uma Sekaran, Roger Bougie. 2016. *Research Methods for Business: A Skill Building Approach Seventh Edition. United States of America: Wiley*.
- Wahyu, W. S., & Saino, S. (2023). Pengaruh *Influencer Review* Dan *Online Customer Review* Terhadap Minat Beli Produk Tas Di Kalangan Mahasiswa Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(3), 262-268.
- Widiati, Ari, and Dwi Pratiwi. 2022. "Pengaruh Ulasan Dan Penilaian Pelanggan, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pasar Online Shopee Pada Mahasiswa Di Kota Pontianak." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 9(2):255–60.
- Wulandari, S., & Suwitho, S. (2017). Pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen asuransi jiwa. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(9).