

DAFTAR PUSTAKA

- A Shimp, Terence. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ali Hasan. 2014. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS: Yogyakarta.
- Andrew, M. (2019). *E-Service Quality and Brand Image on Buying Interest*. *Jurnal Sekretaris dan Administrasi Bisnis*, 3(1), 23-38.
- Azis, Y. M., Haerat, A. M., & Sarosa, M. (2022). Implementasi multiple regression dalam Daya tarik *Celebrity Endorser*, kualitas produk, komentar pelanggan terhadap Keputusan pembelian. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 6(2), 387-395.
- Cahya, A. D., Annisa, I. N., Setiawan, F. B., & Dharmanisa, A. L. (2021). Analisis Pengaruh *Service Quality* dan *Word of Mouth (WOM)* Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus UKM Bakpia Bomber Mas Raga Gunung Kidul). *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 168-173.
- Cheong, J. W., Muthaly, S., Kuppusamy, M., & Han, C. (2020). The study of online reviews and its relationship to online purchase intention for electronic products among the millennials in Malaysia. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 32(7), 1519– 1538.
- Damayanti, S. 2017. Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah untuk Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang x. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 9(1), 17–34.
- Durianto, Darmadi 2013. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek* (cet. ke-10). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Dzulqarnain, Iskandar. 2019. Pengaruh Filter Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. (2018). *Teori dan Praktis : Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.

- Filieri, R., & McLeay, F. (2014). E-WOM and Accommodation: An Analysis of the Factors That Influence Travelers' Adoption of Information from Online Reviews. *Journal of Travel Research*, 53(1), 44-57.
- Firdausya, C. P., & Oktini, D. R. (2019). Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Go-Jek di Bandung). *Prosiding Manajemen*, 757-763.
- Ghozali, Imam. (2017). *Model persamaan Struktural Konsep & Aplikasi dengan program AMOS 24 Update Bayesian SEM Edisi 7*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hair, Joseph F. Jr. et al. (2010). *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. Person Education Limited. Harlow. England.
- Hana, K. F., & Miranti, A. R. (2021). The Impact of Online Consumer Reviews, *E-Service Quality*, and Content Marketing on Purchasing Decisions on the Shopee Seller Marketplace, with Islamic Business Ethics as a Moderation Variable. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 9(2), 345-356.
- Haniscara, N. A., & Saino, S. (2021). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Tagline* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Di *Marketplace* Shopee dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening: Studi Pada Generasi Muda Surabaya. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5(1), 533-543.
- Harwiki, W., & Hidayat, A. W. (2021). Karakteristik *Celebrity Endorser* untuk meningkatkan minat beli kosmetik” w” di surabaya. *Jurnal Dimensi*, 10(3), 497-509.
- Hasrul, A. F., Suharyati, S., & Sembiring, R. (2021). Analisis Pengaruh *Online Customer Review* dan *Rating* terhadap Minat Beli Produk Elektronik di Tokopedia. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 1352-1365.
- Januar Reza, R. (2021). Pengaruh *E-Service Quality*, *Brand Image* dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen *Online Shop* Blibli. Com (Studi Kasus Konsumen Blibli. com UPN “Veteran” Jawa Timur). *Jurnal Bisnis Indonesia*, 12(1). 1-12.
- Julianti, Y. A. (2019). pengaruh *Online Costumer Review* Dan *Online Costumer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian *Online Marketplace* (Studi Mahasiswa Universitas Pasir Pengaraian). *Cano Ekonomos*, 8(1), 0-8.
- Kanitra, Althaf Revi dan administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 Tahun Akademik 2017/2018 Pembeli Produk Oppo Smartphone). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 61 No.1

- Kanitra, Althaf Revi dan Andriani Kusumawati. 2018. Pengaruh *Country Of Origin* Dan *online Consumer Review* Terhadap Trust dan Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 Tahun Akademik 2017/2018 Pembeli Produk Oppo Smartphone). *Jurnal Administrasi Bisnis* (JAB), 61 (1), 5-10.
- Kotler Philip dan Armstrong Gary 2012, *Prinsip Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1* Jakarta :Erlangga
- Kotler, P. and Keller, K.L. 2012. *Marketing Management. 14th Edition*, New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. 2014. *Marketing for Hospitality and Tourism*. 5th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Manajemen, 15th Edition*, Person Education. Inc
- Kotler, Philip dan Armstrong Gary. (2014) *Prinsip Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1* Terjemahan Bob Sabran Jakarta :Erlangga
- Kurniawan, B. (2021). Pengaruh *Online Customer Reviews* Dan *Rating* Terhadap Minat Pembelian Di Lazada. *Jibaku: Jurnal Ilmiah Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 1(2), 121-129.
- Laraswanti, N., & Setyawati, H. A. (2022). Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust* dan *Variety of Selection* Terhadap Minat Beli *Body Lotion Scarlett Whitening*: Studi Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(1), 97-111.
- Lelani, Anis, Henny Welsa, and Putri Cahyani. 2019. "Pengaruh Orientasi Belanja Dan Kualitas Web Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Word of Mouth Communications Sebagai Variabel Intervening Pada Online Shopping Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta)." *Jurnal Ekobis Dewantara* 2(2): 6–15.
- Mo, Z. L. Y. & Fan, P. (2015). Effect of Online Reviews on Consumer Purchase Behavior. *Journal of Service Science and Management*, 8(June), 419–424.
- Muchtarom, M. A., Widarko, A., & Slamet, A. R. (2022). Pengaruh *Brand Image* dan *E-Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui *Marketplace* Tokopedia (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISMA 2018). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 11(07).

- Mulyati, Yofina & Grace Gesitera. 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* Vol. 9 No. 2
- Muslim, A. W. (2018). Pengaruh media sosial, *E-Service Quality* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi oleh Gaya Hidup. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 6(2), 145-162.
- Nauvallia, S., & Martini, E. (2020). Pengaruh *Celebrity Endorser* Gita Savitri Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Online Shop Femme Outfit* Di Media Sosial Instagram. *eProceedings of Management*, 7(2).
- Ngadimen, A. N., & Widyastuti, E. (2021). Pengaruh *social media marketing*, *Online Customer Review*, dan *religiuitas* terhadap keputusan pembelian konsumen shopee di masa pandemi Covid-19 dengan minat beli sebagai variabel intervening. *Journal of Management and Digital Business*, 1(2), 122-134.
- Nggilu, Monica, Altje L. Tumbel, and Woran Djemly. 2019. "Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Benu Manado." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*7(3): 2691–2700
- Ningsih, Eliska Sri Putri (2019). *Pengaruh Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Marketplace Shopee*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Nuryati, S., & Arfani, S. (2020). The Effect of Celebrity Endorsement and Brand Image on Purchase Decisions on Elzatta Hijab for Students in Jakarta. *Journal of Research in Business, Economics, and Education*, 2(5), 1286-1300.
- Pahlevi, R. (2019). *Influence of Celebrity Endorser on Purchasing Decisions For Slimming Products (Case Study On Users Of Wrp Products In Karawang)*. *Value: Journal of Management and Business*, 4(1), 65-71.
- Panitasari, N. (2017). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Abon Lele Bang Zay (Studi pada Konsumen Abon Lele Bang Zy di Kota Malang). Thesis. *University of Muhammadiyah Malang*.
- Pracista, N. M., & Rahanatha, G. B. (2014). Pengaruh Kredibilitas *Celebrity Endorser*, Daya Tarik Iklan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Ekuitas Merek (Brand Equity) Dari Produk Sampo L'Oreal Pada Konsumen Wanita. *Marketing*, 3(7), 1870–1885.

- Pramesthya Praba Sari, I. A. G., & Hasbi, I. (2020). Pengaruh Brand Equity Dan Online Consumer Review Terhadap Purchase Intention Pada Produk Sunscreen Wardah. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 7, 589.
- Prasetyo, Hanif Danang. 2016. Pengaruh *E-Service Quality* Dan E-Security Seals Terhadap ESatisfaction Melalui Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Adminitrasi Bisnis* vol 5 no.2:127–34
- Priansa, Doni juni. 2017. *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*. Bandung:Alfabeta
- Purwaningrum, M. R., & Pasaribu, L. H. (2021). *The Influence of Service Quality, Promotion, and Secure Transaction Towards Purchase Decision (Study Case on Tokopedia. com)*. *Enrichment: Journal of Management*, 12(1), 190-196.
- Rahmawati, A. I. (2022). Pengaruh *Online Customer Review*, Online Customer Rating Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas Pgri Semarang). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Ekonomi Kreatif*, 1(1), 18-23.
- Rahmawati, A. W., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. (2022). Pengaruh *Celebrity Endorser*, Brand Image, *Online Customer Review* Dan E-Trust Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(4), 1030-1043.
- Ramlawati dan Emy Lusyana. (2020). Pengaruh *Celebrity Endorsement* Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Wardah Pada Mahasiswi Hpmm Cabang Maiwa Di Makassar. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi Review (MANOR)* 2 (1): 65– 75.
- Rianti, M., Iranita, I., & Pratiwi, R. A. I. (2022). Pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap keputusan pembelian di e-commerce lazada dengan minat beli sebagai variabel intervening. *Student Online Journal (SOJ) UMRAH-Ekonomi*, 3(1), 430-444.
- Rianti, M., Iranita, I., & Pratiwi, R. A. I. (2022). Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian di *E-Commerce* Lazada Dengan Minat Beli sebagai Variabel *Intervening*. *Student Online Journal (SOJ) UMRAH-Ekonomi*, 3(1), 430-444.
- Rozi, I. F. (2017). Pengaruh *E-Service Quality* terhadap keputusan pembelian tiket kereta api *online* (Konsumen pembeli tiket kereta api online PT. KAIDAOP 8 Surabaya Gubeng). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 5(1).

- Salsabila, D. A., Nurhajati, N., & Basalamah, M. R. (2022). Pengaruh *E-Wom, Online Review*, Harga Terhadap Minat Beli User Pada App Tiktok Studi Pada Mahasiswa FEB Unisma. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 11(04).
- San Sabillah, H. (2022). Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Image, Word Of Mouth*, Kualitas *Website*, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(Spesial Issue 3), 174-187.
- San Sabillah, H. (2022). Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Image, Word Of Mouth*, Kualitas *Website*, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(Spesial Issue 3), 1114-1127.
- Saputri, M. E. (2016). Pengaruh perilaku konsumen terhadap pembelian. *Jurnal Sosioteknologi*, 15
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. (2015). *Consumer behavior: Global edition*. Harlow: Pearson education.
- Sengkey, M., Mandey, S. L., & Soegoto, A. S. (2021). *The Effect of Price Perception, Product Quality and Location on Consumer Purchase Decisions through Buying Interest as Intervening Variables on Msme Products During the Covid-19 Pandemic*. *European Journal of Life Safety and Stability (2660-9630)*, 6, 67-82.
- Setyowati, D., & Suryoko, S. (2020). Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Keputusan pembelian Melalui *E-trust* Sebagai variabel mediasi (Studi pada Pengguna Situs BukaLapak di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 251-260.
- Setyowati, D., & Suryoko, S. (2020). Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui E-Trust Ssebagai Variabel Mediasi (Studi pada Pengguna Situs BukaLapak di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 251-260.
- Sharon, F., Meilinda, L., Wijaya, S., & Iskandar, V. (2018). Pengaruh karakteristik *Celebrity Endorser* melalui media sosial Instagram terhadap minat beli konsumen pada restoran dan cafe di Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 6(2).
- Siregar, Syofian. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi dengan perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri

- Solihin, Sepriadi, and Saefudin Zuhdi. 2021. "Pengaruh Kualitas *Website* Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Online Shop Eigerindostore.Com.*" *Jurnal Informatika Kesatuan* 1(1): 13–22.
- Sugiarti, D. I., & Iskandar, R. (2021). Pengaruh Consumer Review Terhadap Keputusan Pembeli Terhadap Toko Online Shopee. *Jurnal Sosial Teknologi*, 1(9), 954-962.
- Sugiyono.(2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Thakur, R. (2016). *Understanding Customer Engagement and Loyalty: A Case of Mobile Devices for Shopping*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 32, 151–163.
- Thakur, R. (2018). Customer engagement and online reviews. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 41(November 2017), 48–59.
- Tjiptono, Fandy. 2012, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa- Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wahyuni Purbohastuti, A., & Hidayah, A. A. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui *Celebrity Endorser*. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 37-46.
- Widokarti, Joko Rizkie, and Donni Juni Priansa. (2019) .Konsumen, Pemasaran, dan Komunikasi Kontemporer. *Bandung: CV Pustaka Setia*.
- Wikatanazal, E., Pardiman, P., & Rizal, M. (2021). Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan Iklan Instagram Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Online Shop Championsteall. Id). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(4).
- Wulandari Try , S. E. and Fin, M. (2021). The Influence of *Celebrity Endorsers* and Product Reviews on Shopee Consumers' Buying Interest in Palembang City.". *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 6(6).
- Yamit Zulian, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, Yogyakarta : Ekonisia

- Yusron, S., Rachma, N., & Hufron, M. (2019). Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Minat Beli Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Kosmetik Pixy di Toko Aster Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(09).
- Zahara, A. N., Rini, E. S., & Sembiring, B. K. F. (2021). The Influence of Seller Reputation and *Online Customer Reviews* towards Purchase Decisions through Consumer Trust from C2C E-Commerce Platform Users in Medan, North Sumatera, Indonesia. *International Journal of Research and Review*, 8(2), 422-438.
- Zahra, R., & Rina, N. (2018). Pengaruh *Celebrity Endorser* Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Online Shop* Mayoutfit di Kota Bandung. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 43-55.
- Zhao, X. (Roy), Wang, L., Guo, X., & Law, R. (2015). The influence of online reviews to online hotel booking intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(6), 1346.
- _____. 2021. Pedoman Penyusunan Skripsi. Kudus. FEB UMK.
- _____. 2020. Keluhan kesalahan pada aplikasi Tokopedia. <https://amp.kompas.com/tekno/read/2020/03/23/16385387/Tokopedia-gangguan-pembayaran-dan-transaksi-dilaporkan-bermasalah> Diakses 30 April 2022.
- _____. 2020. Data pengunjung web bulanan e-commerce Tokopedia (Kuartal I 2020-kuartal III 2021) <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/18/pelanggan-berkunjung-ke-web-Tokopedia-naik-7-pada-kuartal-iii-2021> .Diakses 14 Maret 2022.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022> (25 Maret 2022)
- _____. 2022. Kekurangan dari aplikasi Tokopedia 2022. <https://esasaja.com/lebih-bagus-shopee-atau-Tokopedia/> Diakses 2 Juni 2022.
- _____. 2021. Data pengunjung e-commerce 2021 dan 2022. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>. Diakses 2 Juni 2022.
- <https://ms.zhujiworld.com/id/907963-kabupaten-pati/#details> (20 Mei 2022)

_____,2020. kasus penipuan penggunaan pada ecommerce
<https://smartcity.patikab.go.id/data/detail/aspirasi/126>. Diakses 1 Juni 2022.

<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210925071251-37-279053/jawara-baru-e-commerce-ri-shopee-Tokopedia-atau-bukalapak> (4 April 2022)

_____. 2022. Followers instagram e-commerce Tokopedia dan shopee
<https://www.instagram.com/?hl=id> . Diakses 9 Juni 2022.

_____. 2021. *Celebrity Endorser* Tokopedia
[https://www.Tokopedia.com/blog/2021 Tokopedia-tunjuk-dua-brand-ambassador-sekaligus-bts-dan-blackpink/](https://www.Tokopedia.com/blog/2021-Tokopedia-tunjuk-dua-brand-ambassador-sekaligus-bts-dan-blackpink/) Diakses 8 Agustus 2022.

_____. 2022. *Gambaran Profil Aplikasi* Tokopedia
<https://www.tokopedia.com/about/> Diakses 12 Desember 2022

