

DAFTAR PUSTAKA

- Agnia, S., & Oktini, D. R. (2023). Pengaruh Influencer Marketing, Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Skincare Merek Somethinc. *JRMB: Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 41–46. <https://doi.org/10.29313/jrmb.v3i1.2041>
- Agustin, N., & Amron. (2022). Pengaruh Influencer Marketing Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Skincare Pada Tiktok Shop. *Kinerja Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5(01), 49–61. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v5i01.2243>
- Agustini, M. P., Komariah, K., & Mulia, F. (2022). Analisis Interaksi Sosial Konten Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik (Survey Pada Konsumen Produk Dear Me Beauty Di Kota Sukabumi). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(3), 1601–1610. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Alabdullah, T. T. Y., Awang, M. I., Sobirov, B., & Multazam, M. T. (2023). *Proceedings of the International Conference on Intellectuals' Global Responsibility*. Atlantis Press S.A.R.L.
- Ananda, P. D. V., Yasa, N. N. K., Ekawati, N. W., Warmika, I. G. K., & Sumariadhi, N. W. (2023). *Determinants Purchase Intention Pada E-Commerce : Konsep dan Aplikasi*. Media Pustaka Indo.
- Anshori, M., & Iswati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Pusat Penerbitan dan Percetakan UNAIR.
- Astuti, M., Sembiring, R., & Argo, J. G. (2023). *Strategi Pemasaran Digital dan Perilaku Teknologi pada Society 4.0*. CV Budi Utama.
- Aulia, R., Alevi, N., & Fajriawati. (2023). Analisis Peran Influencer Marketing di Shopee dalam Meningkatkan Penjualan Produk. *Inspiring Law Journal*, 3, 1–11.
- Bancin, J. B. (2021). *Citra Merek dan Word of Mouth (Peranannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)*. CV Jakad Media Publishing.
- Banjarnahor, A. R., Purba, B., Sudarso, A., Sahir, S. H., Munthe, R. N., Kato, I., Gandasari, D., Purba, S., Muliana, Ashoer, M., Tjiptadi, D. D., Hendra, Simarmata, H. M. P., Berlien, R., & Hasyim. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Cyrodigi. (2023). *Jago Digital Marketing: Pelajari Alur penjualan dan Promosi Digital Marketing*.
- Damayanti, R. S. (2019). Pengaruh Online Customer Review and Rating, E-

- Service Quality dan Price Terhadap Minat Beli Pada Online Marketplace Shopee (Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Magelang). *UMMagelang Conference Series*, 684–693. <https://journal.unimma.ac.id/index.php/conference/article/view/3559>
- Damiati, Masdarini, L., Suriani, M., Adnyawati, N. D. M. S., Widiartini, K., & Angendari, M. D. (2017). *Perilaku Konsumen*. Rajawali.
- Erfiana, W., & Purnamasari, D. (2023). Strategi Content Marketing Influencer Melalui Shopee Affiliate Program Pada Instagram. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 11(2), 134. <https://doi.org/10.30659/jikm.v11i2.28261>
- Erwin, Subagja, A. D., Masliardi, A., Hansopaheluwakan, S., Kurniawan, S. D., Darmanto, E. B., & Muksin, N. N. (2023). *BISNIS DIGITAL : Strategi dan Teknik Pemasaran Terkini*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Fauzi, S., & Lina, L. F. (2021). Peran Foto Produk, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Pada Minat Beli Konsumen Di E-Commerce. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 21. <https://doi.org/10.24853/jmmb.2.1.21-26>.
- Febrian, D., Sutardjo, A., & Yulistia. (2022). Analisis Harga, Promosi, Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pemilihan Belanja Online (Studi Kasus Di Lazada Express Padang). *Jurnal Matua*, 4(1), 169–184.
- Feky, R., Erdawati, Rahayu, S., Herman, H., Sulfitri, V., Hermanto, Fatmawati, Suprihartini, L., Masliardi, A., Hariyanti, N. K. D., & Tawil, M. R. (2024). *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran*. CV. Gita Lentera.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen*. Deepublish.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*. Pearson Prentice.
- Hakim, F. M., & Oktafani, F. (2023). Pengaruh Customer Experience Dan Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Pada E-Commerce Lazada Indonesia. *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 1000–1007.
- Handayani, H. (2023). Implementasi Sosial Media Influencer terhadap Minat Beli Konsumen: Pendekatan Digital Marketing. *Jesya: Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6(1), 918–930. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.1023>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Karr, D. (2016). *How to Map Your Content to Unpredictable Customer Journeys*. Meltwater.

- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Rajawali.
- Kholik, A., Maulida, S., Suganda, A. D., Hanika, I. M., Ismainar, H., Muniarty, P., Marlina, H., Febrianty, Merung, A. Y., Nufus, H., & Nurhayati. (2020). *Perilaku Konsumen*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L., & He, H. (2020). *Principles Of Marketing 8th Europe An Edition*. Pearson.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Wiley.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. Pearson.
- Maczuga, P., Sikorska, K., Jaruga, A., Zieliński, K., Boncio, E., Cardoni, G., Paoni, S., Arutjunjan, D., Muscat, D., Kerler, M., & Poschalko, A. (2014). *Content Marketing Handbook*.
- Maharani, N. P. H., Susanti, P. H., & Dewi, I. A. S. (2024). Pengaruh Online Customer Review , Online Customer Rating Dan Content Marketing Terhadap Minat Beli Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Masyarakat Di Kota Denpasar). *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 4(1), 29–39.
- Mawa, S. F., & Cahyadi, I. F. (2021). Pengaruh Harga, Online Customer Review dan Rating Terhadap Minat Beli di Lazada (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2017). *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 9(2), 253–278. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v9i2.11901>
- Mukarromah, U., Sasmita, M., & Rosmiati, L. (2022). Pengaruh Konten Marketing dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian dengan Dimediasi Minat Beli pada Pengguna Aplikasi Tokopedia. *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 2(1), 73–84. <https://doi.org/10.37366/master.v2i1.444>
- Mukhlis, I. R., Ratnawita, R., Oktaviani, D., Solihin, D. A., Agustiani, I. N., Akrom, N. K., Mardiana, S., & Riana, N. (2023). *Digital Marketing Strategy: Panduan Praktis & Strategi Pemasaran Digital Terkini*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Nofriansyah, D., & Defit, S. (2017). *Multi Criteria Decision Making (MCDM) pada Sistem Pendukung Keputusan*. CV Budi Utama.
- Nurimani, G. S., & Rachmawati, I. (2022). Strategi Promosi di Media Sosial dalam Menarik Minat Beli Produk Pakaian. *Jurnal Riset Manajemen*

Komunikasi, 2(1), 59–62. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v2i1.1007>

Pahlevi, A. H., & Medyawati, H. (2023). The Influence of Influencer Marketing, Online Customer Review and Online Customer Rating to Purchasing Interest on the Tik Tok Shop Application. *Economics and Business Quarterly Reviews*, 6(3), 154–165. <https://doi.org/10.31014/aior.1992.06.03.527>

Pratama, H., & Solihin, I. (2023). Pengaruh content marketing dan sosial media marketing Terhadap minat beli konsumen sarung pada market place (lazada). *Cakrawala*, 6(2), 1124–1132.

Pratiwi, D., Hermawati, A., & Kurniawati, D. (2023). Pengaruh Content Marketing, Influencer, Dan Free Ongkir Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Fashion Pada Tiktoshop. *JIMP: Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila*, 3(1), 1–11. <https://doi.org/10.35814/jimp.v3i1.4654>

Pulizzi, J. (2014). *Epic Content Marketing : How to Tell a Different Story, Break Through the Clutter, and Win More Customers by Marketing Less*. McGraw Hill Education.

Rahmawati, S. (2023). *Online Customer Review (OCRs) Dan Rating: Studi Kasus Pembelian Kosmetik Di Shopee*.

Reynaldhia, D. (2024). *Peran Influencer Marketing di Instagram*. Jejak Pustaka.

Roosdhani, M. R., & Ribhi, A. A. (2024). *Implementasi Pemasaran*. UNISNU Press.

Sadr, M. B., & Madiawati, P. N. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Content Marketing Terhadap Purchase Intention Yang Dipengaruhi Oleh Brand Image Pada Instagram Mcdonald ' s Indonesia. *E-Proceeding of Management*, 10(1), 139–148.

Saputra, F., Khaira, N., & Saputra, R. (2023). Pengaruh User Interface dan Variasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Literature). *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 18–25. <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i1.115>

Sari, O. H., Rukmana, A. Y., Munizu, M., Novel, N. J. A., Salam, M. F., Hakim, R. M. A., Sukmadewi, R., & Purbasari, R. (2023). *Digital Marketing : Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Sari, W. P., & Irena, L. (2019). *Komunikasi Kontemporer dan Masyarakat*. Gramedia Pustaka Utama.

Silvia, G., & Anwar, K. (2021). Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumen Tokopedia Pada Masyarakat Kota Jambi. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 1(3), 240–251.

<https://doi.org/10.55047/transekonomika.v1i3.44>

Simbolon, P. S. (2022). (2022). Pengaruh Influencer Marketing dan Sales Promotion Terhadap Minat Beli Di Aplikasi Shopee. *Galang Tanjung*, 1–13.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.

Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Andi.

Suparwo, A., & Rahmadewi, P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Informasi Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Online Di Lazada. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(4), 446–456. <https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i4.13380>

Syahputro, E. N. (2020). *Melejitkan Pemasaran UMKM Melalui Media Sosial*. Caremedia Coomunication.

Syarifah, E., & Karyaningsih. (2021). Pengaruh Online Customer Review dan Kepercayaan terhadap Minat Beli pada Marketplace Lazada. *YUME : Journal of Management*, 4(1), 235–244. <https://doi.org/10.37531/ecotal.v2i2.87>

Ulfaida, I. N., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2023). Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Toko Terhadap Minat Pembelian Produk Whitelab Di Marketplace Tokopedia Pada Generasi Y. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 5743–5755. <https://www.yrpiiku.com/journal/index.php/msej/article/view/3017>

Uyuun, S. N. (2022). Pengaruh Influencer Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Feb Unesa. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(2), 164–174. <https://doi.org/10.55606/jempper.v1i2.390>

Wulandari, D. P., & Pasaribu. (2023). *Pemasaran Digital Untuk Bisnis Hospitality*. Deepublish.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/tren-pesingujung-e-commerce-kuartal-iii-2023-shopee-kian-melesat> (26 Desember 2023)

<https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/pengguna-e-commerce-ri-diproyeksi-capai-19647-juta-pada-2023> (26 Desember 2023)

https://www.instagram.com/lazada_id?igsh=OW15ZzFzZWV1dGJ2 (20 Maret 2024)

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.lazada.android> (14 Mei 2024)