

DAFTAR PUSTAKA

- Abdolrazagh, M., & Sukati, I. (2024). The Effect of External Factors on Purchase Intention amongst Young Generation in Malaysia. *International Business Research*, 5(8), 153–153. <https://doi.org/10.5539/ibr.v5n8p153>
- Aji, W. N., & Setiyadi, D. B. P. (2020). Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Keterampilan Bersastra. *Jurnal Pembelajaran Bahasa Dan Sastra*, 6 (1).
- Aldilla, F. A. (2021). *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Purchase Intention Melalui Customer Trust Pada Konsumen E-Commerce Shopee (Studi pada Pengguna E-commerce Shopee di Kota Tegal)*. UNISSULA.
- Alessandrina, D. (2025). Menilik Tantangan dan Potensi Pertumbuhan E-Commerce di Indonesia. *Marketeers*. <https://www.marketeers.com/menilik-tantangan-dan-potensi-pertumbuhan-e-commerce-di-indonesia/>
- Almana, A., & Mirza, A. A. (2013). The Impact of Electronic Word of Mouth on Consumers' Purchasing Decisions. *International Journal of Computer Applications*, 82(9), 23–31. <https://doi.org/10.5120/14145-2286>
- Amalia, P., & Aryanto, V. D. W. (2023). Pengaruh Celebrity Endorsement, Online Review Customer Dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli Produk Pada Keranjang Kuning Tiktoshop (Studi Kasus Pada Mahasiswa UDINUS Semarang). *Journal Of Social Science Research*, 3 (2). <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/1716>
- Anora, A., Setiadi, S., Maulana, R., & Ginanjar, N. S. (2024). Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Komitmen Konsumen Terhadap Niat Beli Produk Elektronik di Bandung, Jawa Barat. *Jurnal EMT KITA*, 8 (1), 9–17. <https://doi.org/10.35870/emt.v8i1.1705>
- Anwar & Adidarma. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Risiko pada Minat Beli

- Belanja Online. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 14(2), 155–168.
<https://doi.org/10.29259/jmbs.v14i2.3995>
- Arikunto, Suharsimi, & Cepi Safruddin Abdul Jabar. (2009). *Evaluasi Program pendidikan* (Cet. 2). Jakarta : Bumi Aksara, 2007.
- Bahri, S. (2018). *Metodologi penelitian bisnis : lengkap dengan teknik pengolahan data SPSS*. Andi yogyakarta.
<https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/212840/metodologi-penelitian-bisnis-lengkap-dengan-teknik-pengolahan-data-spss>
- 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*.
- Chairina, R. R. L., Afandi, M. F., Adove, D. A., & Sularso, R. A. (2023). Dampak Gender pada Pembelian Produk Perawatan Wajah di Negara Beriklim Tropis. *Jurnal Maksipreneur Manajemen Koperasi Dan Entrepreneurship*, 12(2), 368. <https://doi.org/10.30588/jmp.v12i2.1274>
- Chan, & Ngai. (2011). Conceptualising Electronic Word of Mouth Activity: An input-process- output perspective. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 29 (5), 488–516. <https://doi.org/10.1108/02634501111153692>
- Chang, T.-P. V., Rhodes, J., & Lok, P. (2013). The Mediating Effect of Brand Trust Between Online Customer Reviews and Willingness to Buy. *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, 11(1), 22–42.
<https://doi.org/10.4018/jeco.2013010102>
- Fadhilah, M., Cahyani, P. D., & Rahmawati, D. (2023). Meningkatkan Keputusan Pembelian melalui Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle, Online Customer Review pada Produk Fashion di Shopee (Studi pada Konsumen Marketplace Shopee). *Jurnal Manajemen Dan Sains*, 8 (1).
<https://jmas.unbari.ac.id/index.php/jmas/article/view/931>

- Fajrina, R. (2024). Pengaruh Online Consumer Review Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Pada Konsumen Tokopedia. *Journal Of Social Science Research*, 4 (1), 10442–10453. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i1.12491>
- Farki, A., Baihaqi, I., & Wibawa, B. M. (2016). Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*, 5 (2). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v5i2.19671>
- Fatika, R. A. (2024). 10 Negara dengan Pengguna TikTok Terbesar Juli 2024. *Jurnal Goodstats Data*.
- Gana, Attahiru, M., Koce, & Diko, H. (2016). The Influence of Trust and Privacy Concerns on Consumers' Purchase Intention. *International Journal of Marketing Studies*, 8 (2), 121–127.
- Ghozali, & Latan. (2015). *Analisis Multivariat structural Equation Modeling (Sem) Dengan Partial Least Squares (Pls)*.
- Ha, N. T., Nguyen, T. L. H., Nguyen, T. P. L., & Nguyen, T. Do. (2019). The effect of trust on consumers' online purchase intention: An integration of TAM and TPB. *Scopus*.
- HAFIFAH, C. H. (2022). *Pengaruh Reward Dan Punishment Terhadap Disiplin Kerja Karyawan Pada Pt Batara Indah* [Universitas Negeri Jakarta.]
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Marko Sarstedt. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Sage Publications Sage CA: Los Angeles, CA.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A workbook* (1st ed.). Springer. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Haitao, N. (2022). The Role of Brand Image and Product Quality on Purchase

- Intention (Study Literature Review). *Dinasti International Journal of Management Science*, 4 (1), 166–174.
<https://doi.org/10.31933/dijms.v4i1.1466>
- Handayani, S. N. (2024). *Lebih dari 60% Orang Indonesia Pilih Beli Skincare dan Fashion Lewat e-Commerce*. Swa.Co.Id.
- Hidayati, N. L. (2018). *Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Surabaya*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*. 06 (03).
- Iba, Z., & Aditya Wardhana. (2024). *Pengolahan Data Dengan SMART-PLS* (Mahir Pradana (ed.)). Eureka Media Aksara.
- IDCloudHost. (2021). *Pentingnya Online Review Bagi E-commerce*. PT Cloud Hosting Indonesia. <https://idcloudhost.com/blog/memahami-pentingnya-online-review-bagi-e-commerce-dan-toko-online/>
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Jurnal Manajemen*, 6(1).
<https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>
- Kamisa, N., Putri, A. D., & Novita, D. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen (Studi kasus: Pengguna Shopee di Bandar Lampung). *Journal of Economics and Business*, 2 (1). <https://doi.org/10.33365/jeb.v2i1.83>
- Kasinem. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 329–339.
- Khammash. (2008). *Electronic Word - of-Mouth: Antecedents of Reading Customer Reviews in On -line Opinion Platforms: A Quantitative Study From the UK Market*. ADIS International Conference.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2010). *Manajemen Pemasaran Jilid 2 -13/E*. Pearson.
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/9509/manajemen-pemasaran-jilid-1-13-e-.html>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2* (12th ed.). PT. Indeks.
- Kozinets, R. V., Valck, K. de, Wojnicki, A., & Wilner, S. J. S. (2010). *Networked Narratives: Understanding Word-of-Mouth Marketing in Online Communities*. 74 (2), 71–89. <https://doi.org/10.1509/jmkg.74.2.71>
- Kriyantono, R. (2019). *Pengantar lengkap ilmu komunikasi*. Prenadamedia Group.
- Kusuma, A. M., Hikmah, M. A., & Marom, A. (2020). *Pengaruh Islamic Branding, Kualitas Produk, dan Lifestyle terhadap Minat Pembelian Produk Skincare pada Generasi Millenial di Kabupaten Kudus*. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i2.9165>
- Lee, J., Park, D., & Han, I. (2011). The different effects of online consumer reviews on consumers' purchase intentions depending on trust in online shopping malls: An advertising perspective. *Scopus*. <https://doi.org/10.1108/10662241111123766/full/html>
- Lee, P. K. C., Cheng, T. C. E., Yeung, A. C. L., & Lai, K. (2011). *An empirical study of transformational leadership, team performance and service quality in retail banks*. 39(6). <https://doi.org/10.1016/j.omega.2011.02.001>
- Liu, C., Bao, Z., & Zheng, C. (2019). Exploring consumers' purchase intention in social commerce: An empirical study based on trust, argument quality, and social presence. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 31 (1). <https://doi.org/10.1108/APJML-05-2018-0170>
- Macheka, T., Quaye, E. S., & Ligaraba, N. (2023). The effect of online customer reviews and celebrity endorsement on young female consumers' purchase intentions. *Scopus*. <https://doi.org/10.1108/yc-05-2023-1749/full/html>

- Maulana, F. (2024). *Pengaruh Online Customer Review, Ewom, Content Marketing Pada Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kuliner UMKM Di Surabaya* [Perbanas University].
- Meliantari, N. P. A. S. (2023). *Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Pada Aplikasi Tiktok Shop* [Universitas Pendidikan Ganesha].
- Mo, Z., Li, Y.-F., & Fan, P. (2015). Effect of Online Reviews on Consumer Purchase Behavior. *Journal of Service Science and Management*, 8(3). <https://doi.org/10.4236/jssm.2015.83043>
- Mohmed, S., Azizan, B., & Jali, M. Z. (2013). The Impact of Trust and Past Experience on Intention to Purchase in E-Commerce. *International Journal of Engineering Research and Development*, 7(10).
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). Perilaku konsumen. *Jakarta: Erlangga*, 90, 16–38.
- 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. <https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.538>
- Mustikasari, A., Amelia, E., Bahri, K. N., Syamfithriani, T. S., & Budiwati, N. (2023). Sosial Konstruktivisme Dalam Media Sosial Tiktok Untuk Tujuan Pengajaran Dan Pembelajaran. *Jurnal Penelitian Pendidikan*. <https://doi.org/10.25134/pedagogi.v10i2.7913>
- Nandaresta, S. C., & Warman, C. (2023). Analisis Sentimen Tanggapan Masyarakat Terhadap Tiktok Shop Dan Shopee Di Twitter Menggunakan Metode Naïve Bayes Dan Knn (Knearest Neighbor). *Seminar Nasional Sistem Informasi Dan Manajemen Informatika*, 3.
- Natalia Ririn Furadantin. (2018). Analisis Data Menggunakan Aplikasi SMARTPLS V.3.2.7. *Journal Magister Sains Manajemen*, 1 (1).

- Ningsih, E. S. P. (2019). *Pengaruh Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Marketplace Shopee*. <https://doi.org/10.31334/jambis.v2i3.2516>
- Nurjanah, P., & Ikhsan, N. EL. (2022). Pengaruh Fanatisme Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise Kpop (Studi Kasus Pada Komunitas Penggemar Grup Kpop Svt Di Dki Jakarta). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(4), 1–7. <https://doi.org/10.31334/jambis.v2i3.2516>
- Orús, C., Gurrea, R., & Sánchez, S. I. (2019). The impact of consumers' positive online recommendations on the omnichannel webrooming experience. *Spanish Journal of Marketing*. <https://doi.org/10.1108/SJME-08-2019-0067>
- Picaully, M. R. (2018). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Gadget Di Shopee Indonesia. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18 (1), 31–40.
- Pilo, R. (2023). *Website E-commerce Adalah Platform Terbaik Tingkatkan Omset Bisnis*. PT Mitracomm Ekasarana.
- Prahiawan, W., Fahlevi, M., Juliana, J., & Purba, J. T. (2021). The role of e-satisfaction, e-word of mouth and e-trust on repurchase intention of online shop. *International Journal of Data and Network Science*, 5(4), 1–8. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.8.008>
- Prasetya, C. S. D. (2017). Sistem Rekomendasi Pada E-Commerce Menggunakan K-Nearest Neighbor. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 4(3), 194. <https://doi.org/10.25126/jtiik.201743392>
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer* (1st ed.). Bandung : Alfabeta, 2017.
- Pustap, E. S. S., & Wulandari, R. (2020). Analysis of Online Consumer Review and Online Consumer Rating to Consumer Trust and Purchase Decision on E-Commerce Jakmall.Com. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5 (2).

- Putri, A. M., & Apriani, R. (2022). Perlindungan Konsumen Atas Predaran Skincare Yang Belum Mendapat Izin Edar Dari BPOM. *Jurnal Ilmu Hukum Dan Humaniora*, 9 (3). <https://doi.org/10.31604/justitia.v9i3.1227-1233>
- Putri, R. R., & Sukati, I. (2024). Pengaruh Promosi, Review Customer Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Fashion Tiktok Shop Di Batam. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Pemasaran*. <https://doi.org/10.53640/jemi.v24i2>
- Ramadhan, M. (2021). Jakarta Jadi Kota Nomor 4 Paling Banyak Dilihat di Tiktok. *Kompas.Com*.
- Ratrinigrum, M. W., Foenay, C. C., Riwu, Y. F., & Fanggidae, A. H. J. (2024). The Influence of Online Customer Reviews and Online Customers Rating on Customer Trust in The Shopee. *Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*. <https://doi.org/10.35508/glory.v5i2.13482>
- Raturandang, V. E., Lopian, J., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh Lifestyle, Inovasi Produk Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms Glow Pada Reseller Pasar 45 Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10 (2). <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.40668>
- Riyanjaya, N. A., & Andarini, S. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Produk Wardah Di Situs Belanja Online Shopee. *El-Mal Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3 (5), 909–926. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i5.1179>
- ROHMATULLOH, C. (2021). *Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Shopee*. *Jurnal eProceedings of Management*, 8 (3).
- Roma, V., & Hayatunnufus. (2023). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Skin Care Pada Media Sosial Tiktok Di Program Studi TRK FPP UNP. *Jurnal Pendidikan Tata Rias*, 4 (2). <https://doi.org/10.24114/fls.v4i2.49606>
- Safira, M., & Riva'i, A. R. (2024). The effect of online customer reviews on buying

interest through customer trust in e-commerce. *Jurnal Mantik*, 7 (4).
<https://www.ejournal.iocscience.org/index.php/mantik/article/view/4635/3246>

6

Sahabuddin, R., Risnayani, A., Rofiidah, S. A., & Dipatmodjo, T. S. P. (2024). Analisis Dampak Review Produk Di Shopee Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Mediator. *Journal Management & Economics Review*, 2 (1). <https://doi.org/10.59971/jumper.v2i1.273>

Sahir, S. H. (2021). *Metodologi penelitian* (M. S. Dr. Ir. Try Koryati (ed.)). Penerbit KBM Indonesia.

Salsabilla, N., & Handayani, T. (2023). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Di Sosial Media Tiktok. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 7 (2). <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3272>

Salsabilla, W. (2024). *10 Alasan Pengguna Internet di Indonesia Berbelanja Online di Awal Tahun 2024*. We Are Social.

Sean Anggiatheda Sitorus. (2024). *Apa saja jenis produk yang tersedia di TikTok Shop?* ANTARA Kantor Berita Indonesia.

Selly, & Purba, T. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Purchase Intention Pada Brand Man Man Tang Di Batam. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3 (3).

Shidieq. (2020). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Kepercayaan Konsumen Milenial Kota Bandar Lampung pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Psikologi*, 2(2), 170–183.

Sisi.id. (2023). *Perhatikan Faktor Penting dalam Membangun Kepercayaan Pelanggan*. PT SINERGI INFORMATIKA SEMEN INDONESIA.

Sugiyono. (2008). Metode Penelitian Kualitatif dan R&D. In *ALFABETA*.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.

Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet: Implikasinya pada Strategi*

- Pemasaran* (1st ed.). Yogyakarta : Graha Ilmu, 2013.
- Sutedjo, Y. P., & Thjia, M. (2021). *Pengaruh Job Stress, Job Satisfaction, dan Organizational Commitment terhadap Turnover Intention pada Awak Kabin (Studi Kasus : PT XYZ). 11* (2). <https://doi.org/10.35797/jab.v11.i2.104-113>
- Tempo. (2024). *Prospek E-Commerce*. <https://www.tempo.co/ekonomi/prospek-e-commerce-409935>
- Utami, S. P., Setyowati, N., & Mandasari, P. (2020). *Celebrity Brand Ambassador and e-WOM as Determinants of Purchase Intention: A Survey of Indonesian Celebrity Cake*. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202014205001>
- Widjaja, H., Agustina, & Kezia, V. (2022). Workshop For Making Herbal-Based Skincare Formula “Basic Concepts Of Application Of Herbal Cosmetic Formulating In Skin Care Products.” *Jurnal Pengabdian Masyarakat Farmasi, 1* (2). <https://doi.org/10.52447/paj.v1i2.5683>
- Wijaya, A. (2019). *Metode penelitian menggunakan smart PLS 03* (1st ed.). Yogyakarta : Innosain, 2019.
- Wuri Anggarini. (2024). *Riset IPSOS Ungkap Kepuasan Belanja Online, Ternyata Ini e-Commerce yang Jadi Pilihan Konsumen*. Fimela.Com.
- Yee, B., & Faziharudean, T. M. (2010). Factors Affecting Customer Loyalty of Using Internet Banking in Malaysia. *Journal of Electronic Banking Systems*. <https://doi.org/10.5171/2010.592297>
- Zhao, X., Lynch, J. G., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and truths about mediation analysis. *Journal of Consumer Research, 37* (2), 197–206. <http://www.jstor.org/stable/10.1086/651257>
- Zhu, Y., Liu, C., Guo, B., Zhao, L., & Lou, F. (2015). *The impact of emotional intelligence on work engagement. 24*(15–16), 2115–2124.