

## DAFTAR PUSTAKA

- Afif, N. A., & Ahwan, Z. (2024). Analisis Kontroversi Childfree di Media Sosial dalam Relasinya dengan Feminisme dan Budaya Ketimuran. *Jurnal Nomosleca*, 10(1).
- Aminullah, A., & Nuzil, N. R. (2022). Implementasi Good Corporate Governance pada Badan Usaha Milik Desa. *SKETSA BISNIS (e-jurnal)*, 9(2).
- Bina, U., Gorontalo, T., Rinaja<sup>1</sup>, A. F., Bagus, I., Udayana<sup>2</sup>, N., & Maharani<sup>3</sup>, B. D. (t.t.). PENGARUH ONLINECUSTOMER REVIEW, WORD OF MOUTH, AND PRICE CONSCIOUSNESS TERHADAP MINAT BELI DI SHOPEE.
- Fazizah, A., Rakhmawati, A., Alfianto, E. A., & Husnah, D. N. (2024). Customer Satisfaction and Repurchase Intention in Terms of E-Commerce Logistics Service Quality and Recovery Service. *SKETSA BISNIS*, 11(1), 1-23.
- Hasanati, M., Widjaje Srinata Wirasaid Umas, L. A. P., & Retnowati, W. (2021). PENGARUH PROMOSI DI SOSIAL MEDIA DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI DI TOKO ONLINE. *Unram Management Review*, 1(1), 35–41. <https://doi.org/10.29303/ju.v1i1.26>
- Hasanah, U. (2023). Pengaruh Brand Equity Dan User Generated Content Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Pada Repurchase Intention Pada Konsumen UMKM Produk Unggulan Kabupaten Pasuruan (Doctoral dissertation, Universitas Yudharta).
- Hawa, N. I., Soesilo, T. E., & Nuraeni, N. (2023). Knowledge Is (Still) Key: Awareness to Shape Trends in Telemedicine Use during the Pandemic Based on Management Perceptions and Implementation Systems. *International Journal of Telemedicine and Applications*, 2023(1), 4669985.
- Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*. (2019).
- Kuncono, S. (t.t.). *Jurnal Manajemen Purna Iswara PENGARUH LIFESTYLE DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI IPHONE 11 DI SURABAYA*.
- Pendidikan Ekonomi, J., Redaksi, A., Pertamina Sengkuang Km, J., Pos, K., Sintang, K., Sintang, K., & Barat, K. (t.t.). *Penerbit: LPPM STKIP Persada Khatulistiwa Sintang*. <https://doi.org/10.31932/jpe.v8i1.2031>
- Ramadhani, T., Budimansyah, B., & Sanjaya, Vi. F. (2021a). PENGARUH RATING DAN *ONLINE COSTUMER REVIEW* TERHADAP MINAT BELI DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI PEMEDIASI PADA MARKETPLACE SHOPEE DALAM PERSFEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung). *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2(2), 143–162. <https://doi.org/10.24042/revenue.v2i2.9623>
- Ramadhani, T., Budimansyah, B., & Sanjaya, Vi. F. (2021b). PENGARUH RATING DAN *ONLINECOSTUMERREVIEW* TERHADAP MINAT BELI DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI PEMEDIASI PADA MARKETPLACESHOPEE DALAM PERSFEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung). *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2(2), 143–162. <https://doi.org/10.24042/revenue.v2i2.9623>

- Riska Anggraini, T. (t.t.). *CAPITAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen PENGARUH GAYA HIDUP DAN BRAND AWARENESS TERHADAP MINAT BELI SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EMINA (Studi pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Angkatan 2018-2019 Universitas Mulawarman)*. <https://doi.org/10.25273/The>
- Rohmatulloh, C., & Sari, D. (t.t.). *PENGARUH ONLINECUSTOMER REVIEW TERHADAP MINAT BELI DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA SHOPEE THE INFLUENCE OF ONLINECUSTOMER REVIEW ON PURCHASE INTENTION WITH TRUST AS INTERVENING VAIABEL IN SHOPEE*.
- Studi Manajemen STIE Surakarta, P., & Susanti, A. (t.t.). *PENGARUH E-COMMERCE, SOSIAL MEDIA, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI PADA APLIKASI BELANJA SHOPEE* Andhiyani Rahmasari Putri. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) /*, 13(2), 2022. <https://doi.org/10.21009/JRMSI>
- Yunikartika, L., & Harti, H. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Minat Beli Kuliner Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening pada Akun Instagram @carubanmangan. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 6(1), 212–230. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v6i1.897>
- Hadi, Y. A., Tambunan, D. B., Puji, Y. M., & Sumanji, R. (n.d.). *PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI PRODUK KAYU TREE-X*.
- Hambali, H. (2024). *PENDEKATAN RASIONALITAS DAN ETIKA DALAM KEBIJAKAN WAJIB BELAJAR PENDIDIKAN MADRASAH DINIYAH KABUPATEN PASURUAN*. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 4(5), 100-110.
- Sabar, M., & Moniharapon, S. (2022). *PENGARUH SOSIAL MEDIA, CELEBRITY ENDORSER, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK MS GLOW DI KOTA MANADO THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA, CELEBRITY ENDORSER, AND PRODUCT QUALITY ON COSTUMER PURCHASE INTEREST OF MS GLOW PRODUCTS IN MANADO CITY*. In Poluan 422 *Jurnal EMBA* (Vol. 10, Issue 4).
- Sumaa, S., Soegoto, A. S., & Samadi, L. S. (2021). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN IKLAN SOSIAL MEDIA TERHADAP MINAT BELI DI E-COMMERCE SHOPEE (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS SAM RATULANGI MANADO) THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND ADVERTISING SOCIAL MEDIA ON BUYING INTEREST AT SHOPEE E-COMMERCE (STUDY ON STUDENTS OF THE FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS SAM RATULANGI UNIVERSITY)*. In 304 *Jurnal EMBA* (Vol. 9).
- Sulistiyawan, A., Khusnah, W. D., & Murtadlo, K. (2022). Results and Comparison of Volatility Between Prices Between IHSG And ISSI: A Case Study of The Turmoil Period 2020-2021. *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam*, 14(1), 51-68.
- Yovina. Eka. 2016. Pengaruh Persepsi Kualitas, Persepsi Harga, Keterlibatan, Loyalitas, Familiaritas dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli Produk Private Label Pada Konsumen Carrefour Kiaracandong Bandung. *e-Proceeding of Management*. Vol.3, No.2 Agustus 2016. Pg. 1986.
- Wibisaputra. Aditya. 2011. Analisis Faktot-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Gas Elpiji 3 Kg (di PT. Candi Agung Permata Semarang). Universitas

Diponegoro.

- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2*. PT Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta. Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas*, PT. Indeks, Jakarta. Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Terjemahan Bob Putri, D. A. (2020). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Singapore Airlines*. Universitas Mataram.
- Laila, S. (2024). Dampak Intellectual Capital Terhadap Sustainability Report Dan Kinerja Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2021. *JRAK (Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis)*, 10(1), 25-32.
- Listyorini, S. (2012). Analisis FaktorFaktor Gaya Hidup Dan Pengaruhnya Terhadap Pembelian Rumah Sehat Sederhana (Studi pada Pelanggan Perumahan Puri Dinar Mas PT. Ajisaka di Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis Undip*, 1(1), 12– 24.
- Murtadlo, K., & Sulhan, M. (2023). Ekonomi Digital dan Inklusi Keuangan Terhadap Pemulihan Ekonomi Nasional. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 8(1), 90-104.
- Kumala, O. B. (2012). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Tune Hotels Kuta Bali. (Vol.
- Saragih, H., & Ramdhany, R. (2012). Pengaruh Intensi Pelanggan Dalam Berbelanja Online Kembali Melalui Media Teknologi Informasi Forum Jual Beli (Fjb) Kaskus. *Jurnal Sistem Informasi*, 8(2), 100.
- Silfiah, R. I., Suwardi, S., Huda, K., & Indratirini, I. (2024). Customary Law and Islamic Law Existence in the Reform of National Criminal Law. *Journal of Law, Politic and Humanities*, 4(5), 1201-1212.
- Sulhan, M., Astutik, W., Wahyono, D., Arifin, M., & Mukhrojain, M. The Influence of Entrepreneurial Orientation on Competitive Advantage and Company Performance.
- Rubiati, & Heriyana. (2020). Pengaruh Gaya Hidup dan Kemudahan Terhadap Minat Beli Mahasiswa dalam Berbelanja *Online*. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 57–65.
- Yusuf, M. F. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, dan Keamanan Terhadap Minat beli Konsumen Pada Toko *Online*. Yogyakarta. <https://eprints.uny.ac.id/41479/1/YusufFitraMulyana>
- Widyanita, F. A. (2018, April 12). Analisis Pengaruh Kalitas Pelayanan *E-Commerce* Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UII Pengguna Shopee. Vol. 1, 1-21. Retrieved January 15, 2021, from <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/7821/JURNAL%20Fika%20Ayu%20Widyanita.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Sartika Widya. 2018. “Analisis Kualitas Pelayanan dengan Menggunakan E-Service *Quality* Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja *Online* Shopee”. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol.2, No.2.
- Wahyudi, Taesar. “Pengaruh *OnlineCostumerReview* dan *OnlineCostumer* Rating terhadap kepercayaan Konsumen Remaja Kota Mataram Pada Pembelian Produk Fashion Shopee *Online* Shopee”

- Munte, Risma Nurhaini dkk. 2020. "Pengaruh *OnlineCostumerReview* terhadap kepercayaan dan minat beli Marketplace Shopee". *Jurnal Education and Development*.
- Mulyati, Y., & Gesitera, G. (2020). Pengaruh *OnlineCustomer Review* terhadap Purchase Intention dengan Trust Sebagai Intervening pada Toko *Online Bukalapak* di Kota Padang. *Jurnal Maksipreneur*, 173-194.
- Ichsan, M., Jumhur, H. M., & Dharmoputro, S. (2018). Pengaruh *CostumerOnline Rating And Review* Terhadap Minat Beli Konsumen Pa
- Nasution, A. U. (2020). Pengaruh Social Media Marketing dan *Review* Produk pada Marketplace Tokopedia terhadap Minat Beli (Studi Kasus pada Mahasiswa Manajemen Feb Usu). *Jurnal Manajemen Universitas Sumatera Utara*, 1–85. <https://www.usu.ac.id/id/fakultas.html>
- Priatni, S. B., Hutriana, T., & Hindarwati, E. N. (2020). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Purchase Intention dengan Brand Awareness sebagai Variable Intervening pada Martha Tilaar Salon Day Spa. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 5(3), 145. <https://doi.org/10.35384/jemp.v5i3.165>
- Rakhmawati, A., & Nizar, M. (2022, December). Strategi Menuju Universitas Berorientasi Kreatif. In *The 4th International Conference on University Community Engagement (ICON-UCE 2022)* (Vol. 4, pp. 724-729).
- Bawono, T. K. H., & Subagio, H. (2020). Analisa Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Repurchase Intention Melalui Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi Pada Instagram Adidas Indonesia Di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 11–28.
- Arif, M. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word Of Mouth (EWOM) Dan *Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian *Online*. 111–122.
- Anggraeni, R., Layaman, & Djuwita, D. (2019). Analisis Pemanfaatan Social Media Marketing Terhadap Customer Loyalty Yang Menggunakan Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 445–455.
- Listyorini, Sari 2013. Analisis faktor-faktor gaya hidup dan pengaruhnya terhadap pembelian rumah sehat sederhana (Studi pada Pelanggan Perumahan Puri Dinar Mas PT. Ajisaka di Semarang). *Jurnal Manajemen. Universitas Brawijaya – Malang*
- Pandu, Shyntia Devi. 2017. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone. *Jurnal Studi Manajemen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*, Vol. 4, No.12, 2017
- Ikhsan, R. A., HS, R., & Dakwah, M. M. (2020). Pengaruh Youtuber Gadget *Review*, Word of Mouth, Dan Product Features Terhadap Minat Membeli Produk Smartphone Merk Samsung Di Indonesia. *Jmm Unram - Master of Management Journal*, 9(4), 389. <https://doi.org/10.29303/jmm.v9i4.622>
- Hardianti Sri. (2019). Pengaruh Iklan dan Word of Mouth Terhadap Minat BERbelanja *Online* Melalui Aplikasi Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (Vol. 5, Issue 8).
- Asri Nugrahani Ardianti, Dr. Widiartanto, M. A. (2019). Pengaruh

*OnlineCustomer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee.*

- Marwani, M., & Maulana, A. (2021). Pengaruh Sosial Media Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Sepatu Vans (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 6(3), 605-619.
- Fernandi, E.Y., Farida, S.N 2022. Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*
- Rakhmawati, A., & Nizar, M. (2022, December). Strategi Menuju Universitas Berorientasi Kreatif. In *The 4th International Conference on University Community Engagement (ICON-UCE 2022)* (Vol. 4, pp. 724-729).
- Ritonga, S., & Rahmani, N. A. B. (2022). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Esqa Yang Dimediasi WOM Marketing.
- Purwidiyanto, Moch Hari. Dany, Fajar, Kristanto S.W., Widiyanto, Hadi. 2016. "Pengaruh Penggunaan Sosial Media Terhadap Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM)". *Jurnal EKA CIDA Vol 1, No 1*. Surakarta: Amik Cipta Darma
- Wusko, A. U., & Alfiantoro, E. A. (2022). Pengaruh Social Capital dan Human Capital Terhadap Kinerja UMKM yang Tergabung pada Sukorejo Smart. *SKETSA BISNIS (e-jurnal)*, 9(1), 91-101.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Sosial Media Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Latif, A. (2019). PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH BPRS MERU SANKARA DENGAN MINAT SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. IAIN Salatiga.
- Dinda Annisa, & Suyanto, A. (2019). PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI PADA KONSUMEN & FOLLOWERS TUSKBAG OFFICIAL