

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianti, A. N., & Widiartanto. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee (Studi pada Mahasiswa Aktif FISIP Undip). Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Auliya, Z. F., Umam, M. R., & Prastiwi, S. K. (2017). Online Customer Reviews (OTRs) dan Rating : Kekuatan Baru pada Pemasaran Online di Indonesia. *EBBANK* , 89-98.
- Aminullah, A., Gani, A. J. A., Suryadi, S., & Hariyono, B. S. (2022). Public Policy Implementation Effectiveness (Case Study Of Village Fund Implementation In Lingo Pasuruan). *Wacana Journal of Social and Humanity Studies*, 25(2).
- Dulyadi. (2021). *Buku Ajar Metode Penelitian Ilmiah : Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.
- Farki, A., Baihaqi, I., & Wibawa, B. M. (2016). Pengaruh Online Customer Review dan Rating terhadap Kepercayaan dan Minat beli pada Online Marketplace di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS* vol 5 no 2 , A614-A619.
- Fadilah, N. L., & Huda, M. (2024). Pengaruh Storytelling Marketing dan Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Kembali dengan Tourist Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada Pengunjung Tanaria Park. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(3), 1136-1147.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Filieri, R. (2014). What makes an online reviews helpful? A diagnostic-adoption framework to explain information and normative influences in e-WOM. *Journal Bussines Research* 68 (6) , 1261-1270.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan, Jawa Timur: CV Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Guo, G., & dkk. (2014). Leveraging prior ratings for recommender system in e-commerce. *Electronic Research and Applications*, 13(6) , 440-455.

- Handayani, J., Derriawan, & Hendratni, T. W. (2020). Pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian dan dampaknya pada kepuasan konsumen Shopping Goods. *Journal of Bussiness and Banking* 10,1 , 91-103.
- Haq, Z. U. (2012). Affilliate Marketing Program : A study of consumer attitude towards affiliate marketing programs among indian users. *International Journal of Research Studies in Management vol 1 no 1* , 127-137.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran : hlm.212*. Jakarta: Erlangga.
- Hudha, I. A. (2021). *Keterjangkauan Teknologi Informasi Dalam Live Streaming Shopping Untuk Menciptakan Minat Pembelian Pada E-Commerce Shopee*. 1–22.
- Istiqamah, M., Tirtayasa, S., & Pasaribu, H. K. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi) Vol 2 No.1* , 68-78.
- Jabbar, L. H. (2022). *Perilaku Impulse Buying di TikTok Shop : Efek Tren Affiliate Marketing dan Religiositas*. Bandung.
- Juliana, H. (2023). Pengaruh Siaran LANGsung dan Manfaat yang dirasakan terhadap Niat Beli melalui Kepercayaan Konsumen pada Aplikasi TikTokShop. *Sinomika Journal vol 1 no 6* , 1517-1538.
- Komariyah, D. I. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Rating terhadap Minat Pembelian Online Shopee (Studi Kasus Santri Putri Pondok Pesantren Salafiyah Syafi'iyah Seblak Jombang). *BIMA ; Journal of Bussiness and Innovation Management vol. 4 no. 2* , 343-358.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT Indeks.
- Lawrence Guo. (2023). *Kalodata : Tingkatkan bisnis Tiktok Anda melalui pemahaman pasar dan analisis data komprehensif*. Dipetik Maret 06, 2023, dari Kalodata.com:
<https://kalodata.com/shop/detail?id=7494083576504026802&dateRange=%5B%222023-03-06%22%2C%222023-03-12%22%5D®ion=ID>
- Lestari, S. R. (2021). *Pengaruh Live Streaming, Brand Awareness, Desain Web, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian e-commerce Shopee di Jakarta Pusat*. Jakarta: BP STIE Wiyatamandala.
- Martini, L. K., Sembiring, E., & Paulus, F. (2022). Customer Online Customer Rating dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian di Toko Modelia Fashion pada Marktplace Tokopedia Jakarta. *Journal of Applied*

Management and Accounting Science vol 4 no 1 , 15-24.

- Muhammim, A. (2017). *ANALISIS STRATEGI AFFILIATE MARKETING TERHADAP TINGKAT PENJUALAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi pada Butik Zoya Cabang Kedaton Bandar Lampung)*. Bandar Lampung: Perpustakaan Institut Agama Islam Raden Intan Lampung.
- Murtadlo, K. (2022). Analysis of The Effect of Experience and Trust on The Tourism Economy After The Phenomenon of KKN DESA PENARI. *Quantitative Economics and Management Studies*, 3(4), 592-606,.,
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Purbohastuti, A. W., & Hidayah, A. A. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, Volume 04 Nomor 01 , 37-46.
- Raharja, A. D. (2021, Oktober 23). *EKRUT MEDIA : Expert"s Corner*. Retrieved Februari 28, 2023, from Digital MARKeting adalah : Pengertian, 7 jenis, manfaat, dan prospek karirnya: <https://www.ekrut.com/media/digital-marketing-adalah>
- Rahmawati, A. I. (2021). 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 Vol 1 (No. 1) , 18-23.*
- Rakhmawati, A., Rahardjo, K., Prakasa, Y., & Nizar, M. (2023). Dampak Kondisi Sosial Ekonomi, Respon Kebijakan Pemerintah Dan Pengaruhnya Terhadap Keberlanjutan Ukm Dan Kinerja Keuangan. *Jurnal Sekretaris dan Administrasi Bisnis*, 7(2), 93-110.
- Rini, R. S. (2023). Efektivitas Pelaksanaan Program Advokasi Kebijakan Stunting (Studi Di Dinas P3ap2kb Kabupaten Pasuruan) (Doctoral dissertation, Universitas Yudharta).
- Rizaty, M. A. (2023, februari 3). Pengguna Internet di Indonesia sentuh 212 Juta pada 2023. Retrieved februari 25, 2023, from [dataindonesia.id: https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023](https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023)
- Saputra, G. G., & Fadhillah. (2022). Pengaruh Live Streaming Shopping Instagram Terhadap Kepercayaan Konsumen Online dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS) Vol 4 No.2 DOI 10.47065/ekuitas.v4i2.2353 , 442–452.*

- Saputra, S. T., Hidayat, K., & Sunarti. (n.d.). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Iphone (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang)” .
- Setiadi, N. J. (2015). Perilaku Konsumen : edisi revisi. Kencana.
- Silfiah, R. I. (2023). ANALISIS KINERJA BIROKRASI PEMERINTAHAN DESA PADA PERANGKAT DESA PAREREJO KECAMATAN PURWODADI KABUPATEN PASURUAN JAWA TIMUR. *Journal Publicuho*, 6(3), 831-838.
- Silfiah, R. I., & Rossa, S. S. (2023). Pengelolaan Retribusi Pasar dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah di Kota Pandaan. *SKETSA BISNIS (e-jurnal)*, 10(2), 236-253.
- Shilfiyo, & Rummyeni. (2022). Pengaruh Content Marketing Shopee Afiliasi melalui media TikTok terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *JAB Vol 2 No 02* , 37-48.
- Song, C., & Liu, Y.-L. (2021). The effect of live-streaming shopping on the consumer's perceived risk and purchase intention in China. *23rd Biennial Conference of the International Telecommunications Society (ITS): "Digital societies and industrial transformations: Policies, markets, and technologies in a post-Covid world", Online Conference / Gothenburg.*. Sweden, 21st-23rd June, 2021, International Telecommunications Society (ITS), Calgary: EconStor. This Version available at : <http://hdl.handle.net/10419/238054>.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (2 ed)*. Bandung: Alfabeta.
- Sunardi, P. N., Sari, P. R., & Cahyani, R. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli : Kualitas Produk dan Harga (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan Vol 3 issue 3* , 302-315. Available Online : <https://dinastirev.org/JIMT>.
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *METODE KUANTITATIF : Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada Group.
- Syafarudin, D. (2022). Pengantar Manajemen Pemasaran. Bandung: Manggu Makmur Tanjung Lestari.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: ANDI.

- Village, L. Principal-Agent in Implementing Village funds in Linggo Village, Kejayan District, Pasuruan Regency.
- Wicaksono, Q. (2022). *PENGARUH SHOPEE AFFILIATES PROGRAM TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN*. Bogor: Perpustakaan IPB University.
- Widhiarso, W. (2010). Prosedur uji linieritas pada hubungan antar variabel. 2–6. http://widhiarso.staff.ugm.ac.id/files/widhiarso_2010_-_uji_linieritas_hubungan.pdf
- Woman Sensual Dance di Social Media Tiktok dalam Relasinya dengan Stigmatisasi Perempuan dan Imitative Culture: (Tinjauan Analisis Wacana Sara Mills)
- Wusko, A. U., & Khoviyah, S. N. (2024). PENGARUH DAYA TARIK WISATA TERHADAP MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE DAN REVISIT INTENTION (Survey Pengunjung Wisata Hawaii Waterpark Malang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(1), 199-207.
- Yasmin, A., Tasneem, S., & Fateema, K. (2015). Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age : An Empirical Study. *International Journal of Management Science and Business Administration* vol. 1(2), 69-80.
- Zhu, F., & Zhang, X. (Michael). (2010). Impact of Online Consumer Reviews on Sales: The Moderating Role of Product and Consumer Characteristics. *Journal of Marketing*, 74(2), 133–148. <https://doi.org/10.1509/jm.74.2.133>
- Zulaikhah, S., Wusko, A. U., & Kusumawati, A. (2023). The Influence of Destination Image and Islamic Value On Perceived Value and Satisfactin (Survey On Moslem Tourist of Halal Tourism In Banyuwangi). *JPAS (Journal of Public Administration Studies)*, 8(1), 50-55.