

Daftar Pustaka

- Agustiani, N. R., & Yusa, V. De. (2023). Pengaruh Halal Awareness Dan Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Pada Mixue. *Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(4), 1–18.
- Agustini, M., Karnadi, & Tulhusnah, L. (2022). Desain Produk Dan Online Promotion Dalam Menentukan Keputusan Pembelian Pada Butik Legaliya Dengan Minat Beli Konsumen Sebagai Variabel Intervening Martanti. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (Jme)*, 9(1), 356–363.
- Aini, A. (2024). Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Dengan Minat Beli Pendahuluan / Introduction. *Journal Of Management*, 10(2), 1–10.
- Ajzen, I. (1991). The Theory Of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Amruddin, Priyanda, R., Agustina, T. S., Ariantini, N. S., Rusmayani, N. G. A. L., Aslindar, D. A., Ningsih, K. P., Wulandari, S., Putranto, P., Yuniati, I., Untari, I., Mujiani, S., & Wicaksono, D. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Pradina Pustaka.
- Anggraenia, T. C., Widjayantib, W., & Puspita, A. B. I. (2023). Pengaruh Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Shopee. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 40–51. <https://doi.org/10.56127/Jekma.V2i1.428>
- Bimantara, Y., Novita, D., & Jaelani. (2022). Pengaruh Harga, Desain Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Mobil Honda Brio Di Lampung). *Journal Strategy Of Management And Accounting Through Research And Technology*, 1(2), 27–36. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/smart/issue/archive>
- Fitriana, E., & Oktini, D. R. (2022). Pengaruh Promosi Online Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Masker Wajah Sariayu Di Toko Makeupuccino Bandung. *Bandung Conference Series: Business And Management*, 2(2), 1133–1140. <https://doi.org/10.29313/Bcsbm.V2i2.3717>

- Fitriasti, N. A., & Kumalasari, R. A. D. (2023). E-Marketing Mix Dalam Meningkatkan Minat Pembelian Generasi Millennial Di Online Store Sociolla. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 13(2), 99–110. <https://doi.org/10.35797/Jab.13.2.99-110>
- Gabriela, Yoshua, & Mulyadi, M. R. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Pelanggan E-Commerce. *Jurnal Ekonomi Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(1), 121–125.
- Hafizhoh, F. R., Gunaningrat, R., & Akhmad, K. A. (2023). Potongan Harga, Live Streaming, Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Aplikasi Tiktok Shop. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 204–219. <https://doi.org/10.55606/Jupsim.V2i3.2023>
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Modeling (Sem) Berbasis Varian: Konsep Dasar Dan Aplikasi Dengan Program Smartpls 3.2.8 Dalam Riset Bisnis*. Pt Inkubator Penulis Indonesia. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/Red2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isallowed=Y%0ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regs-ciurbeco.2008.06.005%0ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_sistem_pembetulan_terpusat_strategi_melestari
- Hildaynati, S. K., Utami, E. Y., Noor, L. S., Elizabeth, R., & Munizu, M. (2023). Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Melalui Aplikasi Shopee. *Edunomika*, 8(1), 1–9.
- Istiqomah, L., & Usman, U. (2021). Pengaruh Online Customer Review , Kepercayaan , Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Terhadap Mahasiswa Pengguna Platform Pasar Online). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis (Jurnal Jaem)*, 1(1), 76–88.
- Ivansyah, N. F., & Novitaningtyas, I. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Live Selling Terhadap Purchase Intention Di Tiktok Shop. *Probisnis*, 16(2), 107–121.
- Jesslyn, Alzah, S. F., Serpian, & Novianti, A. H. (2023). Pengaruh Ulasan Pelanggan Online Dan Iklan Terhadap Minat Beli Pada Pengguna Aplikasi Tiktok Di Dki Jakarta. *Journal Of Business Administration (Jba)*, 3(2), 74–85.
- Nugroho, I. A. (2022). Engaruh Promosi Dan Kemudahan Akses Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)*, 11(7).

- Nurrokhim, A., & Widyastuti, E. (2021). Pengaruh Social Media Marketing , Online Customer Review , Dan Religiusitas 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.
- Nurvianti, R., & Hartiningtyas, L. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Influencer Dan Affiliate Marekting Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Minat Beli Produk Fashion Mahasiswa. *Budgeting : Journal Of Business, Management And Accounting*, 5(1), 443–456.
- Pauzi, M. R., Hadita, & Dovina. (2023). Keputusan Pembelian Melalui Variabel Intervening Minat Beli Voucher Game Valorant (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economina*, 2(September), 2453–2481.
- Prastowo, S. L., Djaenudin, E. M., & Apiyanti, N. V. (2023). Pengaruh E-Promotion, Pelayanan, Kemudahan, E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian, Melalui Perilaku Konsumen Pada Marketplace Lazada. *Jurnal Ecodemica : Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 130–141. <https://doi.org/10.31294/Eco.V7i1.15241>
- Pratama, R. A., Hasanah, R. I., & Wibasuri, A. (2023). The Influence Of Virtual Try-On On Cosmetic Purchasing Decisions In The Shopee Application With Intervening Variable Purchase Interest. *Proceeding International Conference On Information Technology And Business (P-Icitb)*, 77–80.
- Putri, A., Hatta, I. H., & Noor, L. S. (2024). Pengaruh Promosi Online Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen Pada Akun Instagram @ Crsl. Store. *Jimp: Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila*, 4(1), 64–80.
- Putri, I. A. D., & Fikriyah, K. (2023). Pengaruh Influencer Dan Online Customer Review Terhadap Pembelian Impulsif Pada Produk Kosmetik Halal Di Tiktok Shop. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 07(01), 1–12. <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/8062/pdf>
- Qadafi, M. A., Latief, F., & Mariah, M. (2023). Pengaruh E-Promotion Dan Video Content Terhadap Minat Beli Pada Tiktok Shop Melalui Costumer Trust Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 12(3), 289–303. <https://doi.org/10.37476/jbk.v12i3.4109>
- Rahadi, D. R. (2023). Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Model (Pls-Sem) 2023. *Cv. Lentera Ilmu Madani*, Juli, 146.

- Salsabilla, N., & Handayani, T. (2023). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Di Sosial Media Tiktok. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, 7(2), 1759–1769. <https://doi.org/10.31955/Mea.V7i2.3272>
- Sariyanti, Tulhusnah, L., & Soeliha, S. (2024). Pengaruh Harga Dan Promosi Online Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Rifkhasira Di Situbondo (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Abdurachman Saleh Situbondo Angkatan 2018). *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (Jme)*, 1(9), 1765–1783.
- Savitri, C., & Anggela, F. P. (2020). Pengaruh E-Promotion Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Di Pt. Xyz. *Buana Ilmu*, 4(2), 253–279.
- Septiawan, R. D., & De Yusa, V. (2023). Pengaruh Content Marketing Dan Social Media Youtube 3second Tv Terhadap Minat Beli Produk 3second. *Manajemen*, 3(1), 25–33. <https://doi.org/10.51903/Manajemen.V3i1.214>
- Suarniki, N. N., & Afriana, R. A. (2022). Pengaruh E-Promotion Strategic Terhadap Pembelian. *Dinamika Ekonomi - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 229–246. <https://doi.org/10.53651/Jdeb.V15i1.372>
- Waluyo, A., & Trishananto, Y. (2022). Customer Review Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Variabel Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Journal Of Islamic Economics And Banking*, 1(2), 103–112.