

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, Samudra, J., Sherley, Veren, & Liang, W. (2021). Pengaruh Endorsement Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian pada Generasi Z. *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 5(1).
- Armstrong, G. (Gary M.), Kotler, P., & Opresnik, M. O. (2023). *Marketing : an introduction* (15th ed.). Pearson Education.
- A. Shimp, T. (2015). *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Erlangga.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Statistik E-Commerce 2022*.
- Bank Indonesia. (2021, December). Melaju Penuh Optimisme di 2022. *Bank Indonesia*.
- Chakraborty, U., & Biswal, S. K. (2020). Impact of Online Reviews on Consumer's Hotel Booking Intentions: Does Brand Image Mediate? *Journal of Promotion Management*, 26(7), 943–963. <https://doi.org/10.1080/10496491.2020.1746465>
- Damayanti Geraldine, A. L., & Anisa, F. (2022). Pengaruh Brand Image, Online Customer Review, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Lazada. *Borobudur Management Review*, 2(2), 132–142. <https://doi.org/10.31603/bmar.v2i2.6963>
- Dyahtritami, V. R., & Utami, F. N. (2023). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Ogos Indonesia Gemilang di Pekalongan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(8). <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>
- Febtianti, T. (2022). *Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Lip Product Emina Melalui Citra Merek*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Finaka, A. W., & Nurhanisah, Y. (2023). *Pengguna Internet di Indonesia Makin Tinggi*. Indonesiabaik.Id.
- Fonna, N. (2019). *Pengembangan Revolusi Industri 4.0 dalam Berbagai Bidang*. Guepedia Publisher.
- Ganesha, A. (2023). *Pengaruh Brand Image, Word of Mouth dan Online Customer Review Terhadap Purchase Decision Produk Body Lotion Nivea (Studi Kasus Pada Followers Akun Twitter @ohmybeautybank)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2. Untuk Penelitian Empiris* (3rd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasya, R. (2023). *Melihat Rerata Screen Time Gen Z Indonesia dalam Bermedsos Berapa Lama dalam Sehari*.
- Juliandi, A., Irfan, & Manurung, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi* (Zulkarnain, Ed.; 1st ed.). Umsu Press.
- Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, S. T., & Leong, S. M. (2018). *Marketing management An Asian Perspective*.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). *Marketing Management (Philip Kotler, Kevin Keller, Mairead Brady etc.) (Z-Library)*.
- Lackermair, G., Kailer, D., & Kanmaz, K. (2013). Importance of Online Product Reviews from a Consumer's Perspective. *Advances in Economics and Business*, 1(1), 1–5. <https://doi.org/10.13189/aeb.2013.010101>
- Manggalania, L., & Soesanto, H. (2021). Pengaruh Celebrity Endorsement, Country of Origin dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 10(6).
- Pratiwiningsih, I. (2018). *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image (Studi Kasus Pada Konsumen Honda Vario di CV. Sumber Makmur Abadi)*. Universitas Negeri Semarang.
- Rahmawati, A. (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*, 1(1), 18–23.
- Riyanto, A. D. (2023, April 18). *Hootsuite (We are Social); indonesian Digital Report 2023*. Hootsuite (We Are Social).
- Rohmanuddin. (2020). Pengaruh Brand image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Pada Bisnis Ritel Pakaian “Sting” Cabang Kedoya Green Garden). *Jurnal Bina Manajemen*, 10(2), 78–89.
- Sadilah, R., & Simamora, V. (2020). *PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI BRAND IMAGE SKINCARE NATURE REPUBLIC*. 4(2).
- Schiffman, L., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior*.

Silvia, V. (2021). *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Di Jakarta Utara*. Kwik Kian Gie School of Business.

Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup, Ed.; 1st ed.). Literasi Media Publishing.

Soleh, M. (2024). *Optimalisasi Penggunaan Website Dalam Pemasaran Online Ogos Pants*. UIN Gus Dur.

Sugiyono. (2015). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D* (22nd ed.). CV ALFABETA.

Wijaya, C. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Pada Produk Sportwear Merek Under . *AGORA*, 8(2).