

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, N., & Amron. (2022). Pengaruh Influencer Marketing dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Skincare pada Tiktok Shop. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(1), 12-23.
- Agustina, W., & Sari, W. P. (2021). Pengaruh Influencer Marketing Tiktok terhadap Brand Image Bittersweet by Najla. *Prologia*, 5(2), 356-361.
- Alifah, R. N., & Saputri, M. E. (2022). Pengaruh Influencer Marketing dan Strategi Omni-Channel Terhadap Purchase Intention Konsumen pada Sociolla. *Probank : Jurnal Ekonomi dan Perbankan*, 7(1), 64-74.
- Almana, M & Mirza, A. 2013. *The Impact Of Electronic Word Of Mouth On Cunsumer Purchasing Decision*. *International Journal of Computer Applications*, 82(9), 23-31.
- Annafik, A. F., & Rahardjo, M. (2012) Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus pada Konsumen Yamaha SS Cabang Kedungmundu Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 271-281.
- Brown, D., & Hayes, N. (2008). *Influencer Marketing: Who Really Influences Your Customers?* Amsterdam: Elsevier.
- Burhan, F. A. (2021, Oktober 26). *Konten Produk Kecantikan & Kuliner Melonjak, TikTok Siapkan Strategi*. Retrieved from katadata.co.id: <https://katadata.co.id>.
- Cheung, C. M. K., Lee, M. K. O., & Rabjohn, N. (2008). *The Impact Of Electronic Word-Of-Mouth: The Adoption Of Online Opinions in Online Customer Communities*.
- Ellora, D. (2019, Mei 16). *Mengenal Berbagai Jenis Influencer di Media Sosial*. Retrieved from Beauty Journal: <https://www.beautyjournal.id>
- Fitriani, Erika Dyah. (2021, Agustus 05). *Cerita Pemilik Bittersweet by Najla Manfaatkan Medsos untuk Jualan*. Retrieved from food.detik.com: <https://food.detik.com>.
- Gabriela, Yoshua, Mulyandi, M. R. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Produk Fashion di Platform Shopee (Studi pada Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, 1(1).
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen. *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 133-146.
- Hasibuan, Malayu S. P. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Askara
- Khammash, M. (2008). *Electronic Word-of-Mouth: Antecedents of Reading Customer Reviews in On-line Opinion Platforms: A Quantitative Study*

- from the UK Market. *IADIS International Conference WWW/Internet 2008*, 77–84.
- Kompas. (2021, Mei 2). *Laris Manis Bittersweet by Najla, Raup Keuntungan Lebih Berkat Gabung dengan E-Commerce*. Retrieved from Parapuan.co: <https://www.kompas.com>.
- Kotler, & Keller. (2009). *Marketing Management* (Global Edition). Pearson Education Limited.
- Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Management* (Global Edition). Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2012). *Principle of Marketing*. 15th Edition. England: Pearson Education Limited.
- Kurniawan, B. (2021). Pengaruh Online Customer Reviews Dan Rating Terhadap Minat Pembelian Di Lazada.
- Lee, E. J., & Shin, S. Y. (2014) When do Consumers Buy Online Product Reviews? Effects of Review Quality, Product Type, and Reviewer's Photo. *Computers in Human Behavior*, 31(1), 356-366.
- Manongko, A. A. (2011). Green Marketing dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Membeli Produk Organik (Studi pada Pelanggan Produk Organik di Kota Manado). *Doctoral Dissertation, Universitas Brawijaya*.
- Marlina, V., Yani, N. M., & Dewi, G. A. (2023). Analisis Pemanfaatan Media Sosial dan Mega Influencer Terhadap Pemilihan Brand Sebuah Produk. *Journal of Social Science*, 2(1).
- Nabila, A. Y., & Suryadi. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Layanan, Minat Konsumen, dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran pada Usaha Mebel (Studi Kasus Toko Istana Kado Merapi). *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 2(3).
- Nainggolan, N. P. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Rumah di Kota Batam. *Journal of Accounting & Management Innovation*, 2(2), 143.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2010). *Consumer Behavior and Marketing Strategy 9th ed*. Mc Graw Hill.
- Qin, C., Zeng, X., Liang, S., & Zhang, K. (2023). Do Live Streaming and Online Consumer Reviews Jointly Affect Purchase Intention? *Sustainability (Switzerland)*, 15(8).
- Renaldo et al, (2023). Pengaruh Promosi, Physical Evidence, Harga Pemasaran Digital terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Di Kota Manado. *Jurnal Emba*, 11(1), 786–797.
- 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), 927-944.
- Rizka Sri Damayanti. (2019). Pengaruh Online Customer Review And Rating, E-Service Quality Dan Price Terhadap Minat Beli Pada Online Marketplace Shopee (Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Magelang).
- Schiffman, L. G., dan Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen*. Edisi ke-7. Cetakan Keempat. PT. Indeks. Jakarta.
- Septifani, R., Achmadi, F., & Santoso, I. (2014). Pengaruh Green Marketing, Pengetahuan dan Minat Membeli terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 13(2), 201–218.
- Shimp, Terence. A. (terj. Harya Bhima Sena, Fitri, Santi, A. P. D. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*, Edisi 8. Jakarta: Salemba Empat.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. (2008). *Metode Penelitian Survei*, Pustaka LP3ES: Jakarta
- Sugiyono. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. ALFABETA.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press. Yogyakarta
- Syarifah, E., & Karyaningsih. (2021). Pengaruh Online Customer Review dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli pada Marketplace Lazada. *Journal of Management*, 4(1).
- Vermeulen I. E., & Seegers D. (2009). Tried and tested: The Impact of Online Hotel Reviews on Consumer Consideration. *Journal of Tour and Management*, 30(1). 55-67
- Wibisono. (2006). *Manajemen Kinerja*. Erlangga: Jakarta
- Widokarti, J. R., & Priansa, D. J. (2019). *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer*. Pustaka Setia.
- Wong, J. (2010). *Internet Marketing for Beginners*. Elex Media Komputindo.
- Yasmin, A., Tasneem, S., & Fatema, K. (2015). Effectiveness of digital marketing in the challenging age: An empirical study. *International journal of management science and business administration*, 1(5), 69-80.