

DAFTAR PUSTAKA

- Antara. (2020, April 4). *E - Commerce Sociolla Sumbangkan Paket Perawatan Diri untuk Tenaga Medis*. Retrieved from Economics: <http://www.theiconomics.com/brand-equity/e-commerce-sociolla-sumbangkan-paket-perawatan-diri-untuk-tenaga-medis/>
- Belch, G., & Belch, M. (2003). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (6th ed.). New York: The McGraw-Hill.
- Casielles, R. V., Álvarez, L. S., & Lanza, A. B. (2013). The Word of Mouth Dynamic: How Positive (and Negative) WOM Drives Purchase Probability. *Advertising Research*.
- CNN Indonesia. (2020, April 2). *Imbas Corona, Utilitas Manufaktur Anjlok Hampir Separuh*. Retrieved from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200402183754-92-489761/imbac-corona-utilitas-manufaktur-anjlok-hampir-separuh>
- Deny, S. (2019, July 3). *Industri Kosmetik Ditargetkan Tumbuh 9 Persen di 2019*. Retrieved from Liputan6: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4003673/industri-kosmetik-ditargetkan-tumbuh-9-persen-di-2019>
- Dharmmesta, B., & Handoko, T. (2008). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Dzulqarnain, I. (2019). *Pengaruh Fitur Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee*. Jember: Universitas Jember.
- Farki, A., Baihaqi, I., & Wibawa, B. (2016). *Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia*. Surabaya: Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- Filieri, R., & McLeay, F. (2013). E-WOM and Accommodation: An Analysis of the Factors That Influence Travelers' Adoption of Information from Online Reviews. *Journal of Travel Research*, 44-57.
- Ghozali, I. (2009). *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- iPrice Group. (2020, 3 3). *Peta E-Commerce Indonesia*. Retrieved from iPrice insights: <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>

- Kementrian Perindustrian Republik Indonesia. (2020, January 20). *Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik*. Retrieved from Kementrian Perindustrian Republik Indonesia: <https://www.kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (13th ed., Vol. 1). Jakarta: Erlangga.
- Kusumaningrum, D. (2019). *Pengaruh Terpaan Iklan Kosmetik Maybelline di Televisi dan Intensitas Komunikasi Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- 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*, 356-366.
- Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2011). *Advertising* (8th ed.). Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.
- Muskita, P. (2019, 4 12). *GMV Sociolla Meningkat hingga Tujuh Kali Lipat dalam Setahun, Ini Strategi Mereka*. Retrieved from Technasia: <https://id.technasia.com/strategi-sociolla-tingkatkan-gmv>
- Ocha, R. (2018). *Hubungan Terpaan Iklan Dan Intensitas Komunikasi Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk T-Cash PT. Telkomsel*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Peter, J., & Olson, J. (2018). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran* (9th ed., Vol. 2). Jakarta: Salemba Empat.
- Pusparisa, Y. (2019, 12 3). *96% Pengguna Internet di Indonesia Pernah Menggunakan E-Commerce*. Retrieved from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/12/03/96-pengguna-internet-di-indonesia-pernah-gunakan-e-commerce>
- R, E. (2018). *Pengaruh Terpaan Iklan Facebook, Terpaan Artikel Advertorial Dan Terpaan Endorser Di Instagram Dalam Kampanye #Cerahkandengandove Terhadap Keputusan Pembelian Dove Ultimate White Deodorant*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Safitri, T. (2020, Maret 30). *Dampak Wabah Virus Corona terhadap e-Commerce dan Industri Kurir*. Retrieved from Supply Chain Indonesia: <https://supplychainindonesia.com/dampak-wabah-virus-corona-terhadap-e-commerce-dan-industri-kurir/>

- Shaheen, M., Zeba, F., & Chatterjee, N. (2019). Engaging Customers Through Credible and Useful Reviews: The Role of Online Trust. *Young Consumers*, 5.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi* (5th ed., Vol. 1). Jakarta: Erlangga.
- Sociolla. (2020). *About Us: Sociolla*. Retrieved from Sociolla Web Site: <https://www.sociolla.com/content/4-about-us>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susan M. Mudambi, D. S. (2010). What Makes a Helpful Review? A Study of Customer Reviews on Amazon.com. *MIS Quarterly*, 185-201.
- Tim Redaksi Katadata. (2019, 3 6). *Youtube, Medsos No. 1 di Indonesia*. Retrieved from Katadata: <https://katadata.co.id/infografik/2019/03/06/youtube-medsos-no-1-di-indonesia>
- Wartaekonomi, R. (2020, April 7). *Rupanya Ada Bisnis yang Menang Banyak saat Corona Mengganis, Ini Contohnya*. Retrieved from Warta Ekonomi: <https://www.wartaekonomi.co.id/read279996/rupanya-ada-bisnis-yang-menang-banyak-saat-corona-mengganis-ini-contohnya>