

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, R. A. 2020. *Pengantar manajemen: Teori dan aplikasi*. Malang: AE Publishing.
- Almayani, R. N. dan Graciafernandy, M. A. 2023. *Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating dan Online Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee*. POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, 5(1), 97-106.
- Amirullah. 2015. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Ardani, W. 2020. *Pengaruh brand image dan brand trust terhadap keputusan pembelian konsumen sepatu Converse di Kota Denpasar, Bali*. Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis (JIKB), 11(1), 8–18.
- Ardianti, A. N. dan Widiartanto, W. 2019. *Pengaruh online customer review dan online customer rating terhadap keputusan pembelian melalui marketplace Shopee. (Studi pada mahasiswa aktif FISIP Undip)*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 8(2), 55-66.
- Arfah, Y. 2022. *Keputusan pembelian produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Arrofi, R. A. et. al. 2023. *Penggunaan Transformasi Digital Bisnis Untuk Para Pelaku UMKM Kuliner*. Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (Jrime), 2 (1), 180–189.
- Cheung, C. M. K. et. al. 2022. *The impact of online Reviews on consumers purchasing decisions: An eye-tracking study*. Frontiers in Psychology, 13, 865702. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.865702>.
- Chung, C. M. Y dan Mukhopadhyay, A. 2022. *The Impact of Social Proof on Online Purchase Intention*. Journal of Consumer Psychology, 32(1), 120–135. Diakses 12-02-2025.
- Cialdini, R. B. 2007. *Influence, The Psychology Of Persuasion*. Harper Collins e-books.
- Darna, N. et. al. 2023. *Bahan Ajar Metode Penelitian*. Sleman: Deepublish Digital.
- Farki, A. et. al. 2016. *Pengaruh online customer review dan rating terhadap kepercayaan dan minat pembelian pada online marketplace di Indonesia*. Jurnal Teknik ITS, 5(2), A614-A619.
- Filieri, R. 2014. *What Makes Online Reviews Helpful? A Diagnosticity-adoption Framework to Explain Informational and Normative Influences in e-WOM*. Journal of Business Research, 68(6), 1261–1270.

- Hadnagy, C. 2010. *Social engineering: The art of human hacking*. John Wiley & Sons.
- Hantono dan Wijaya, S.F. 2025. *Pengantar Manajemen*. Bandung: Widina
- Haryanto, R. 2021. *Manajemen pemasaran bank syariah (Teori dan praktik)*. Duta Media Publishing.
- Hidayati, N. L. 2018. *Pengaruh viral marketing, online consumer reviews dan harga terhadap keputusan pembelian shopee di Surabaya*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 6(2).
- Hikmawati, F. 2020. *Metodologi Penelitian*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Istamarina, S. et. al. 2025. *Inovasi dan Keberlanjutan Bisnis UMKM di Era Digital: Kajian Literatur Sistematis*. Journal of Business Economics and Management| E-ISSN: 3063-8968, 1(3), 323-327.
- Kotler, P dan Keller, K. L. 2016. *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lestari, P. dan Saifuddin, M. 2020. *Implementasi strategi promosi produk dalam proses keputusan pembelian melalui digital marketing saat pandemi covid'19*. Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA), 3(2), 90-98.
- Lumingkewas, E. M. 2023. *Konsep Dasar Manajemen (Ilmu dan Seni Mengatur Organisasi)*. CV Tahta Media.
- Mia, N. dan Maulana, R. 2025. *Pengaruh Program Diskon Dan Social Proof Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Di Shopee:(Studi Kasus Konsumen Di Kota Sukabumi)*. Reugreug: Jurnal Bisnis Digital, Akuntansi, Kewirausahaan, dan Manajemen, 1(1), 47-60.
- Mo, Z. L. Y. dan Fan, P. 2015. *Effect of Online Reviews on Consumer Purchase Behavior*. Journal of Service Science and Management, 8(June), 419–424.
- Mulyadi, W. W dan Winarso, W. 2020. *Pengantar manajemen*. Banyumas: pena persada.
- Najmi, M. 2022. *Pengaruh penggunaan social proof dan tagline terhadap keputusan pembelian pada sobat shopee indonesia* (Doctoral dissertation, IAIN Palangka Raya).
- Nurmawati. 2021. *Perilaku konsumen dan keputusan pembelian*. Malang. Media Nusa Creative.

- Panjaitan, A. C. dan Sarkum, S. 2024. Pengaruh Social Proof bagi Generasi Milenial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Platform E-Commerce. *JAMAK: Jurnal Aplikatif Manajemen Akuntansi dan Kewirausahaan*, 1(3), 86-92.
- Permana, F. dan Karim, A. R. 2025. *Mengungkap Pergeseran Perilaku Konsumen: Tinjauan Naratif atas Konsep 4S (Streaming, Scrolling, Searching, Shopping) sebagai Pembentuk Keputusan Pembelian di Era Digital*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 2(4), 2617-2622. <https://doi.org/10.62379/jebd.v2i4.2777>
- Purwandari, S. 2022. *Manajemen Pemasaran (Konsep Pemasaran Digital)*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Putri, L. dan Wandebori, H. 2016. *Factors influencing cosmetics purchase intention in Indonesia based on online review*. In International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science (Vol. 1, No. 1, pp. 255-263).
- Rahmawati, A. I. 2022. *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.
- Ramadhana, R. dan Ratumbuysang, M. F. N. G. 2022. *Pengaruh online customer review terhadap keputusan pembelian pada marketplace: Influence of online customer review on purchase decisions on the marketplace*. *Prospek*, 1(1), 157-165.
- Ramdan, A. M. et. al. 2023. *Manajemen pemasaran*. Sukabumi: Widina.
- Sanak-Kosmowska, K. 2021. *Evaluating social media marketing: Social proof and online buyer behaviour*. Routledge.
- Schiffman, L. G dan Wisenblit, J. 2019. *Consumer behavior* (12th ed.). Pearson.
- Sugiyono. 2016. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan RdanD* (Pembaharuan edisi sebelumnya). Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2017. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan RdanD* (Edisi revisi). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan RdanD* (Edisi ke-4). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan RdanD*. Bandung: Alfabeta.

- Talib, Y. Y. A. dan Saat, R. M. 2017. *Social proof in social media shopping: An experimental design research*. In *SHS Web of Conferences* (Vol. 34, p. 02005). EDP Sciences.
- Tjoprajono, M. dan Mardianto, D. 2022. *Manajemen akademik: Konsep dasar dan tujuan*. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(2), 1179–1186. <https://doi.org/10.1234/jmpi.v3i2.1179>
- Yuswanto, D. *et. al.* 2023. *Analisis Pengaruh Harga Jual dan Social Proof dalam Menentukan Keputusan Pembelian Barang Pada Website E-Commerce*. *Jurnal Eksplora Informatika*, 12(2), 129-140.