

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, Roni A. 2020. *Pengantar Manajemen Teori dan Aplikasi*. Malang: AE Publishing.
- Agustin, N. A. 2023. *Pengaruh Affiliate Marketing, Live Streaming, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Online Dalam Tiktokshop: Survei Konsumen Produk Skintific Pengguna Tiktok Shop*. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 3(3), 137-152..
- Amri,Syaiful et. al. 2022. *Pengantar Ilmu Manajemen*. Nusa Tenggara Barat:Seval Literindo Kreasi.
- Andriani, E. R., Pujiyanto, A., & Andayani, S. 2022. *Pengaruh Sistem Pembayaran COD, Gratis Ongkir Dan Review Pembeli terhadap Minat Beli Baju Di Lazada*. In *Seminar Nasional Hasil Skripsi (Vol. 1, No. 01, pp. 297-301)*.
- Andrias, dkk. 2023. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta:Selat Media.
- Anshari, M. F., & Mahani, S. E. 2019. *Pengaruh Digital Marketing dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying pada Situs Berrybenka. com (Studi pada Masyarakat Kota Bandung)*. 4(2). 1174-1179.
- Aprilia, K. R. 2022. *Faktor-Faktor Affiliate marketing Dan Kepercayaan Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Di Era Pandemi Covid-19 (Studi pada konsumen Shopee di daerah Bandung)*. (Doctoral dissertation, Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widyatama).
- Arianto. 2021. *Komunikasi Pemasaran : Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. Surabaya : Airlangga University Press.
- Ashari N. N., dan Indayani L. 2023. *Persepsi Generasi Z pada Affiliate marketing, Online Customer Exsperience dan Kepercayaan Merek terhadap Keptusan Pembelian pada Marketplace Shopee*.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Astiarini, Devi. 2017. *Helpfulness of Online Review: a Role of Review Valence (Case Study of Amazon.com)*. *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen* Vol. 1, No. 1 : 3.

- Aziz, I. A. 2022. *Pengaruh Customer Review, Customer Rating, Harga, Dan Etika Bisnis Islam Terhadap Minat Beli Produk Fashion Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Islam Fiai Uii sAngkatan 2017-2019)*. (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Brilianita, S., & Sulistyowati, R. 2023. *Affiliate marketing terhadap Minat Beli Mahasiswa di TikTok Shop*. JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen dan Keuangan, 7(2), 157-167.
- CNN Indonesia. 2023. *Dominasi Pasar Marketplace, Shopee Unggul dari Para Pemain Lain*. Tersedia : <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230626105528-97-966554/dominasi-pasar-marketplace-shopee-unggul-dari-para-pemain-lain>.
- Darsono JT, Susana E, Prihantono EY, Kasim ES. 2019. *Strategic Policies for Small and Medium Businesses in Marketing Through Marketplace*. Entrepreneurship and Sustainability Issues. 7(2):1230-1245.
- Dewa, D. B. R., Warnaningtyas, H., & Istiqaroh, C. R. 2023. *Pengaruh Konten Review, Kualitas Produk, Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Fashion Produk Lokal*. JURNAL EKOMAKS Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi, 12(2), 303-312.
- Dewi, Karina N. 2022. *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying Behavior*. Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh. Tidak Diterbitkan
- Fadhilah, L. A. 2022. *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Dan Affiliate marketing Akun Instagram@ Nazwaadinda\_ Terhadap Minat Pembelian Produk pada Followersnya*. Nivedana: Jurnal Komunikasi dan Bahasa, 3(2), 97-109.
- Fatma, Nur. et. al. 2023. *Manajemen Pemasaran Era Industri 4.0*. Yogyakarta : PT. Nas Media Indonesia.
- Fauzi, S., & Lina, LF. 2021. *Peran Foto Produk, Ulasan Pelanggan Online Dan Penilaian Pelanggan Online Pada Minat Beli Konsumen Di Marketplace*, dalam Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis, Vol. 2. No. 1.

- Fauziah, N., & Mubarak, D. A. A. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli: Studi Pada Produk Kecantikan. *Image: Jurnal Riset Manajemen*, 8(1), 37-44.
- Gunawan, Didik. 2022. *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. Sumatra Utara : PT Inovasi Pratama Internasional
- Hamidah, Ovi, dkk. 2023. *Digital Marketing (Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital)*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Harto, Budi, dkk. (2021). *Dasar Manajemen Bisnis*. Batam : Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Hasibuan, M. S. P. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Ichsan, M., Jumhur, H. M., & Dharmoputra, S. 2018. *Pengaruh Consumer Online Rating and Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia Di Wilayah Dki Jakarta*. *eProceedings of Management*, 5(2).
- Ika, S. 2023. *Pengaruh Daya Tarik Content Marketing, Content Review, Desain Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Tas Merek Tasenyong (Studi Kasus Pada Followers Instagram@Tasenyong\_Purwokerto)*. (Doctoral dissertation, UIN. Prof. KH Saifuddin Zuhri).
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. 2020. *Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto*. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31-42.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta Timur: Unitomo Press.
- Iskandar, Andri. 2022. *Pengaruh Online Customer Review dan Ekspektasi Konsumen terhadap Minat Beli (Suatu Studi pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis Angkatan 2018 Pengguna Marketplace Shopee)*. Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh. Tidak Diterbitkan.

- Juliana ,dkk. 2021. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jawa Tengah: PT Nasya Expanding Management.
- Juniar, G. M. 2022. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Produk Review Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Pada Brand Miyagiri Di Surabaya*. (Doctoral dissertation, STIE MAHARDHIKA SURABAYA).
- Kamarudin, Ilham, et. al. 2022. *Metodologi Penelitian Kesehatan Masyarakat*. Sumatera Barat : PT Global Eksekutif Teknologi.
- Kosasih, Niki. 2022. *Pengantar Manajemen*. Bogor : Guepedia
- Kotler, P. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler P., and Gary Armstrong. 2018. *Principles of Marketing* (17<sup>th</sup> edition) . Global Edition. Pearson.
- Kotler, P., dan Keller K. L. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kurniawan, Pebi. et. al. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Selat Media Partners.
- Kustiyahningsih, Yeni. 2023. *Peningkatan Penjualan Melalui Aplikasi Penjualan pada UMKM Batik di Desa Telaga Biru, Tanjung Bumi*. Malang:Media Nusa Cretive
- 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.
- Luthfi, M, dkk. 2023. *Pengantar Manajemen*. Jawa Tengah : PT Nasya Expanding Management.
- Mahfud, B. A., & Kardianawati, A. 2017. *Rancang Bangun Sistem Marketing Berbasis Website Menggunakan Metode PPS (Pay Per Sale)*.
- Marquerette, L. U., & Hamidah, S. F. 2023. *The Impact of Affiliate marketing and Service Features on Marketplace Consumers Buying Interest*. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(1), 49-55.
- Maulida, K., Edris, M., & Utomo, J. 2023. *The Influence of Product Reviews and Content Creators on Purchase Interest through Affiliate marketing of*

- Shopee Marketplace users in Kudus Regency*. Journal of Finance and Business Digital, 2(3), 365-374.
- Melati, Riska Sari, dan Renny Dwijayanti. 2020. *Pengaruh Harga Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Surabaya)*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) 8(2): 882–88.
- Munir, M. F., Saroh, S., & Krisdianto, D. 2019. *Pengaruh Foto Dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Mahasiswa Fia Unisma Program Studi Administrasi Bisnis Yang Menjadi Konsumen Online Shop Tokopedia)*. Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis. 8(3), 177-183.
- Mustajab, Ridhwan. 2023. *Pengguna Marketplace RI diproyeksi Capai 196,47 Juta pada 2023*. Tersedia : <https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/pengguna-ecommerce-ri-diproyeksi-capai-19647-juta-pada-2023>.
- Nabila, S. M. 2019. *Pengaruh Review Produk Dan Brand Awareness Terhadap Trust Dan Minat Beli: Studi Kasus Review Flow Fushi Ion De Cushion Oleh Allyssa Hawadi Melalui Instagram*. Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi, 3(1), 107-121.
- Nasution, A. D., Aslami, N., & Harahap, M. I. 2023. *The Influence of Affiliate marketing and Product Quality on Purchase Interest in Generation Z Tiktok Users in Medan*. Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE), 6(3), 1436-1448.
- Novia, N.H et. al. 2023. *Strategi Digital Marketing*. Sumatera Barat : PT Mafy Media Literasi Indonesia.
- Patrick, Z., & Hee, O. C. 2019. *Factors influencing the intention to use affiliate marketing: A conceptual analysis*. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 9(2), 701-710.
- Pratama, S. D. 2023. *Pengaruh Online Customer Review, Harga, Dan Affiliate marketing Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Fashion Pada Pengguna Tiktok Di Banyumas*. Skripsi pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Purwokerto.
- Pratiwi, C., Ratnaningtyas, A., & Adhandayani, A. 2022. *Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Ditinjau Dari Motivasi Emosional Konsumen Dewasa Awal*. Jurnal Psikologi: Media Ilmiah Psikologi, 20(2).

- Puspitasari, R. 2023. *Pengaruh Pemasaran Afiliasi Marketplace pada Media Sosial Terhadap Minat Beli Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung*. International Journal Administration, Business & Organization, 4(2), 1-9.
- Putra, E. 2020. *Pengaruh Promosi Melalui Sosial Media Dan Review Produk Pada Marketplace Shopee Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa STIE Pasaman)*. Jurnal Apresiasi Ekonomi, 8(3), 467- 474.
- Ramadhayanti, A. 2021. *Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Affiliate marketing terhadap Volume Penjualan*. Jurnal Komunikasi Bisnis dan Manajemen, 94 - 98.
- Rehatalanit, Y. L. R. 2021. *Peran marketplace dalam pengembangan bisnis*. Jurnal Teknologi Industri, 5.
- Satriadi, dkk. 2021. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Samudra Biru.
- Safitri, Novi Angga. 2023. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit K-Media.
- Schiffman dan Kanuk. 2015. *Prilaku Konsumen* (7<sup>th</sup> ed). Jakarta : PT Indeks Gramedia.
- Sembiring Kembaren, N. C. B. 2023. *Pengaruh Promosi Affiliate marketing Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Di Masyarakat Kecamatan Delitua*. (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Septiani, Fauziah. 2022. *Dasar-Dasar Pemasaran Digital*. Surabaya : Cipta Media Nusantara.
- Shopee. *Shopee Affiliate Program Apa itu Shopee Affiliate Program?*. Tersedia : <https://help.shopee.co.id/portal/4/article/72053-%5Bshopee-Affiliate-Program%5D-Apa-itu-Shopee-Affiliate-Program%3F>
- Shopee. *Tentang Shopee – Karir | Shopee Indonesia*. Tersedia : <https://careers.shopee.co.id/about>
- Sintadi, J., & Yoestini, Y. 2019. *Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, dan Review Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung pada Mahasiswa Undip Semarang*. (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Sudjatmika, F. V. 2017. *Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian secara Online di Tokopedia.com*. Agora, 5(1).

- Sugiono. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sulastri, D. S. 2022. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang di Restoran Mie Gacoan Kota Bandung*. *International Journal Administration Business & Organization*, 3(2), 43-51.
- Sumarwan, Ujang. 2015. *Perilaku Konsumen Teori Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Suminati, Ika. 2023. *Pengaruh Daya Tarik Content Marketing, Content Review, Desain Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Tas Merek Tasenyong (Studi Kasus Pada Followers Instagram@Tasenyong\_Purwokerto.)* (Doctoral dissertation, UIN. Prof. KH Saifuddin Zuhri).
- Suparyanto dan Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Bogor : In Media.
- Susanto, N. J. 2022. *Pengaruh Sosial Media Affiliate marketing Terhadap Willingness to Buy Pada Marketplace Shopee Dengan Subjective Norm Sebagai Variabel Moderasi*. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 9(2), 9.
- Tarno, D. D. H., & Mutimatun, N. A. 2020. *Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik Marketplace Ditinjau Dari Undang–Undang Nomor 11 Tahun 2008* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Tripusparini, Esti. (2023). *15 Marketplace Online Terbaik di Indonesia yang Paling Banyak Dikunjungi*. Tersedia : <https://qontak.com/blog/marketplace-online-di-indonesia/>
- Verawaty, V., et. al. 2022. *Pengaruh Harga Dan Customer Review Terhadap Minat Beli Produk Mascara Maybelline pada Pengguna Shopee Mall Indonesia di Jakarta*. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(3), 5061-5064.
- Wahyudi, T. 2019. *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen Remaja Kota Mataram Pada Pembelian Produk Fashion Shopee Online Shop*. *Jurnal Riset Manajemen*, 19(1), 1. <https://doi.org/10.29303/jrm.v19i1.33>.
- Wicaksono, Q. 2022. *Pengaruh Shopee Affiliates Program terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian*. (Doctoral dissertation, IPB University).

Zakiah, Z., Misra, I., & Sukmana, E. T. 2021. *Mekanisme Bagi Hasil pada Sistem Affiliate marketing Taqychan Saffron*. Al-Iqtishadiyah: Ekonomi Syariah dan Hukum Ekonomi Syariah, 7(2), 94-106.