

## DAFTAR PUSTAKA

- Albi, K. (2020). Pengaruh Pemasaran Digital dan Suasana Toko Terhadap Minat Beeli di Kedai Kopi S. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 21-30. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v3il.116>
- Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Arianto. 2021. *Komunikasi Pemasaran : Konsep dan aplikasi di Era Digital*. Surabaya : Airlangga University Press.
- Asmin, E.A., et.al. 2021. *Manajemen Pemasaran. (Perspektif Digital Marketing)*. Bandung : CV. Media Sains Indonesia.
- Auliya, Zakky Fahma, Moh Rifqi, Khairul Umam, and Septi Kurnia Prastiwi. 2017. "Online Customer Review (OTRs) Dan Rating Kekuatan Baru Pada Pemasaran Online di Indonesia." : 89 – 98.
- Banjarmahor, A, R, dkk. 2021. *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Penerbit : Yayasan Kita Menulis.
- Basari A., et, al. (2020). PENGARUH PENERAPAN MANAJEMEN KONFLIK TERHADAP DISIPLIN KERJA KARYAWAN (Suatu Studi Pada Toko Gunasalma Kawali). *Business Management and Entrepreneurship Journal*. Vol. 2. No 3.
- Boone, Louis E. Kurts, David L. 2018. *Pengantar Bisnis Kontemporer, Buku I*. Salemba Empat. Jakarta.
- Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Edisi revisi Yogyakarta: Ombak.
- Budianto. A. 2020. *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Chaffey, Dave & Ellis, Chadwick. 2016. *Digital Marketing, Sixth Edition*. United Kingdom: Pearsn Education Limited.
- Dzulqarnain, I. 2019. *Pengaruh fitur Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee*. In Repository Universitas Jember tersedia di : <https://resposstory.unej.ac.id>.
- E-COMMERCE : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/10/5-ecommerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>
- Effendi, Usman. 2018. *Asas Manajemen*. Edisi Ke 2. Jakarta: Raja Wali Press.
- Endi Tri et, al., *MARKETING STRATEGY IN 5.0 SOCIETY ERA (MENJAWAB TANTANGAN PASAR DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 DAN DISRUPSI SOSIAL DIDALAMNYA)*. Penerbit : CV. Eureka Media Aksara.

- Hasrul Farhan, A., Suharyati, & Sembiring, R. (2021). Analisis Pengaruh *Online Customer Review* dan Rating Terhadap Minat Beli Produk Elektronik di Tokopedia. *Korelasi, Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta*, 2(1), 1352 – 1365.
- Farki. (2016). *Electronic word of mouth*.
- Firmansyah, M. A., & Mahardika, B. W. (2018). *Pengantar Manajemen*. Deepublish.
- Ghozali, I. (2018). “*Aplikasi Anallisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*” Edisi Sembilan. Semarang : BADAN Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, A. 2019. *The Book Of Digital Marketing*. Makassar : Celebes Media Perkasa.
- Hakim Lukmanul. 2022. PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN *ISLAMIC BRANDING* TERHADAP MINAT BELI HIJAB PADA PRODUK PUDANIS DI ERA PANDEMI COVID-19. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
- Harahap, Dedi Ansari., & Amanah. 2018. *Pengantar Manajemen*. Bandung : Cetakan pertama. Alfabeta.
- Hariyanto, H.T., Trisunarno, L., & Teknik, D. 2020. *Analisis Pengaruh Online Review, Online Customer Rating, dan Star Seller Terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian*. 9 (2).
- Harli, I. I., Mutasowifin, A., & Andrianto, M. S. (2021). Pengaruh *Online Customer Review* dan Rating terhadap Minat Beli Produk Kesehatan pada E-Marketplace Shopee Selama Masa Pandemi COVID-19. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 558-572. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.205> [Diakses Pada 26 Februari 2022].
- Herlissha, N. dan Fitari, T. 2021. Pengaruh *Digital Marketing*, Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Di Era Pandemi Covid 19. Vol. 9. No. (2). <https://equity.ubb.ac.id/index.php/equity>
- Hery, 2018. *Manajemen Kinerja*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Hidayati, Nur Laili. 2018. *Pengaruh Viral Marketing, Online Customer Reviews dan Harga Terhadap Kepuasan Pembelian Shopee di Surabaya*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*. 6(3). 77-84. Diakses tanggal 24-12-2022.
- Hijratunnisa L, Mardian I dan Ismunandar. (2023). Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Online Customer Review* Terhadap Minat Beli Pada

- Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima). *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol. 3 No. 2.
- Hildayanti, K, S. Utami, Y, E. Noor, S, L. Elizabeth, R & Munizu, M. 2023. PENGARUH SOSIAL MEDIA MARKETING DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP MINAT BELI MELALUI APLIKASI SHOPEE. Vol. 8. No.1
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya : Cetakan Pertama. Unitomo Press.
- Juliana, et.al. 2021. *Dasar – dasar Manajemen*. Pekalongan : PT. Nasya Expanding Management.
- Kartika et, al,. (2022). PENGARUH KARAKTERISTIK ORGANISASI DAN KARAKTERISTIK PEKERJAAN TERHADAP PRESTASI KERJA (Studi Pada Pegawai Dinas Pendidikan Kabupaten Ciamis). *Business Management and Entrepreneurship Journal*. Vol. 4. No. 2.
- Kertajaya, Hermawan dan Setiawan, Iwan. 2019. *Marketing 4.0 Bergerak Dari Tradisional Ke Digital*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Khasanah, U, A,. 2021. PENGARUH HARGA, BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK, DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP MINAT BELI PRODUK NADIRAA HIJAB.
- Khoziyah, S., & Lubis, E, E. (2021). PENGARUH *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN FOLLOWERS *ONLINE SHOP* INSTAGRAM @KPOPONNETION. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 10. No. 1.
- Kom, M. Nurbaiti & Alfarisyi, F., M. 2023. Sejarah Internet di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*. Vol. 1. No.2.
- Kotler & Keller. (2016). *Marketing , Essex : Pearson Education ltd.*
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management, 15th*. Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Lackermair, Georg., & Keller. 2013. *Importance Of Online Product Review From Of Consumer Persepektive*. *Journal Advances In Economics And Bussines*. I(4). 1-5. Diakses tanggal 20-12-2022.
- Masyitoh, I.N., dan Ivo N. 2017. *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia*. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*. 7 91). 109-126. Diakses tanggal 31-12-2022.
- Maulina, D. 2020. *Pengantar Manajemen*. Yayasan Kita Menulis.
- Mega I. Muhaimin W. A. dan Pratiwi D. (2022). STRATEGI SISTEM PEMASARAN DALAM MENGHADAPI SOCIETY 5.0 (STUDI

KASUS: BUMDES SUMBER SEJAHTERA, DESA PUJON KIDUL, KABUPATEN MALANG). *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*. Vol. 6. No. 4.

- Naim, M.R dan Asma. 2019. *Pengantar Manajemen*. Surabaya : Qiara Media.
- Napitupulu, D., dan Yoseph P.H. 2022. *Manajemen Pemasaran digital (Perpaduan Teori & Aplikasi)*. Medan : Yayasan Kita Menulis.
- Nastiti, Ade Retza Arientika Cipta dan Surisno Satrio Utomo. 2015. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Handphone Merek Lokal (Analisis *Structural Equation Model* Pengaruh *Brand Awareness, Word Of Mouth, Perceived Quality, Usage, Brand Performance* dan *Innovation Awareness* terhadap Minat Beli Handphone Merek Lokal di Surakarta). *Journal Ilmiah* Hal 80-94.
- Naufal dan Augusty. 2015. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Daya Tarik Produk Dalam Upaya Meningkatkan Minat Membeli Sepeda Motor Suzuki di Kota Semarang.
- Nelson, Adam, D. A, R. R, and Todd, P. A. 2017. “Perceived Usefulness. Ease of Use and Usage of Information Technology: A Replication”. *Management Information System Quarterly*.
- Ningrum, Intan Tri Jati dan Sengguruh Nilowardono. 2016. Pengaruh Event Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Rokok Sampoerna A Mild Pada PT HM Sampoerna Area Marketing Surabaya e-Jurnal *Manajemen Kinerja* Vol.2, Nomor 1 Hal 1-15.
- Nisa, K, S. & Dwijayanti, R. (2022). PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *ONLINE CUSTOMER RATING* TERHADAP MINAT BELI PRODUK FASHION DI MARKETPLACE SHOPEE. *Jurnal Jemper*. Vol. 1. No. 2.
- Oryza A. G. Sengguruh Nilowardono . 2022. “The Effect of *Digital Marketing Online Customer Reviews* on Buying Interest Through Shopee”. *Jurnal Ekonomi*. Vol. 22, No. 1, June 2022.
- Partogi, Joshua. 2015. *Manajemen Modern*. Yogyakarta: Ardi.
- Priansa, D. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung : Alfabeta.
- Purwana, Dedi dan Shandy, Aditya. 2017. *Pemanfaatan Digital Marketing. Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM Duren Sawit*, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 2 No. 4.
- Ramadhan G. S. 2022. PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* PADA TIKTOK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN KABOBS-PREMIUM KEBAB MELALUI AKUN @KABOBS.ID.

- Ramadhani, T., Budimansyah., & Sanjaya, V.F. (2021) Pengaruh Rating Dan *Online Customer Review* Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Pemediator Pada Marketplace Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Manajemen Bisnis Islam* Volume 2, No 2 (2021) ISSN-P: 2715-825X.
- Riyanto & Hatmawan. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif Penelitian do Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Sleman: Deepublish.
- Rohman, Abd. (2017). *Dasar – Dasar Manajemen*. Cetakan 1. Malang: CV. Cita Intrans Selaras.
- Rohmatulloh, C., & Sari, D. (2021). *Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Shopee*. *eProceeding of Manajemen*, 8(3).
- Sadiyah, K., Kurniawati, R. R., & Zunaida, D. (2019). PENGARUH *DIGITAL MARKETING* TERHADAP MINAT BELI ASURANSI PT. PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE Cabng Sukun, Jln. Simp Sukun, Malang. *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 8(3), 163-169.
- Safri, H. (2017). MANAJEMEN DAN ORGANISASI DALAM PANDANGAN ISLAM. *Journal of Islamic Education Management*. Vol. 2. No. 2.
- Said, Kabiru. A. 2017. *Manajemen dan Teori Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sari, A, C.,. 2015. Perilaku Belanja *Online* Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga. Vol. IV. No. 2
- Sarinah, Mandalena. 2017. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Stefany, E, F., 2022. PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW, ONLINE CUSTOMER RATING, FOTO PRODUK DAN WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi Pada Pelanggan Toko Busana Muslim Cisco Apparel). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Nnegeri Ponorogo.
- Stoner A.F, James dan Edward Freeman. 2018. *Manajemen Jilid I*, terj. Alexander. Sindoro, Jakarta: PT. Prahallindo.
- Sudaryo, Yoyo ; Ayu Sofiati dan Nunung. 2020. *Digital Marketing dan Fintech di Indonesia*. Depok : Penerbit Andi.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suhairi, et, al. 2023. PERAN MANAJEMEN PEMASARAN GLOBBAL DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN. *Journal of Management and Soial Sienes (JMS)*. Vol. 1. No. 1.
- Suhendi, M, R. Kader, A, M. dan Prabowo, E, H, F. (2017). PEDAMPINGAN PEMASARAN PRODUK INDUSTRI RUMAHAN DI DESA CIEURIH KABUPATEN CIAMIS.
- Sutanto, M.A, & Aprianingsih, A. (2016). *Pengaruh Tinjauan Konsumen Online Terhadap Seni Pembelian : Studi Dalam Kosmetik Premium Indonesia. Konferensi Internasional tentang Etika Bisnis. Ekonomi dan Ilmu Sosial (P.221). Indonesia Sekolah Bisnis dan Manajemen ITB*.
- Syahputra, D, R., dan Aslami, N. 2023. Prinsip – Prinsip Utama Manajemen George R. Terry. *Manajemen Kreatif Jurnal*. Vol. 1. No. 3.
- TOP BRAND INDEX FASHION HIJAB : [https://www.topbrand-award.com/komparasi\\_brand/bandingkan?id\\_award=1&id\\_kategori=4&id\\_subkategori=485&tahun\\_awal=2020&tahun\\_akhir=2023&brand1=Azzura&brand2=Elzatta&brand3=Rabbani&brand4=Zoya](https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=4&id_subkategori=485&tahun_awal=2020&tahun_akhir=2023&brand1=Azzura&brand2=Elzatta&brand3=Rabbani&brand4=Zoya)
- Warnadi dan Aris Triyono. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Cetakan Pertama Deepublish.
- Wheelen, Thomas L. & Hunger, J. David. 2014. *Strategic Management and Bussines Policy*. Thirteenth edition, New York: Pearson.
- Wicaksono, A. 2015. PENGARUH MEREK DAN DESAIN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi Kasus Konsumen Sepeda Motor Honda CS One pada Dealer 54 Motor Pekalongan). Skripsi pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Tersedia : <http://lib.unnes.ac.id/21460/>
- Widiastuti, O. 2017. *Hubungan Antara Persepsi Terhadap Kualitas Produk Dengan Minat Beli Bedak Muka Sariayu Pada Mahasiswa Di Universitas Mercu Buana Yogyakarta*. Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, 16-27. Diakses tanggal 30-11-2021.