

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchori. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Anggraeni, H., & Rachmi, A. (2023). Pengaruh Brand Trust Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Pada Toko Trend Hijab Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(1), 8–13. <https://doi.org/10.33795/jab.v9i1.570>
- Anisa, -, R. R., & Nurul Chamidah. (2022). Pengaruh Word of Mouth Mengenai Live Streaming Tiktok Shop Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 1(2), 131–143. <https://doi.org/10.47431/jkp.v1i2.230>
- Anwar, M. S. (2021). Pengaruh Diskon Harga, Endorsement, dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian di TikTok Shop. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- APJII. (2023). *Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang*. <https://Apjii.or.Id/>.
- Ayu, F. N. (2023). 済無No Title No Title No Title. 01, 1–23.
- Bhirawa, W. T. (2020). Proses Pengolahan Data Dari Model Persamaan Regresi Dengan Menggunakan Statistical Product and Service Solution (SPSS). *Statistika*, 71–83. <http://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jmm/article/download/528/494>
- Bps. (2023). *Statistik eCommerce 2022/2023*. <https://www.bps.go.id/publication/2023/09/18/f3b02f2b6706e104ea9d5b74/statistik-ecommerce-2022-2023.html>.
- Budiaji, W. (2013). Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert (The Measurement Scale and The Number of Responses in Likert Scale). *Ilmu Pertanian Dan Perikanan*, 2(2), 127–133.
- Cardoso, A., Gabriel, M., Figueiredo, J., Oliveira, I., Rêgo, R., Silva, R., Oliveira, M., & Meirinhos, G. (2022). Trust and Loyalty in Building the Brand Relationship with the Customer: Empirical Analysis in a Retail Chain in Northern Brazil. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3). <https://doi.org/10.3390/joitmc8030109>
- Damaryanti, F., Thalib, S., & Miranda, A. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 50–62. <https://doi.org/10.55606/jurima.v2i2.253>
- Datareportal. (2023). *Statistik dan tren penting TikTok untuk tahun 2023*. <https://Datareportal-Com>.

- Ding, K., Gong, X. Y., Huang, T., & Choo, W. C. (2024). Recommend or not: A comparative analysis of customer reviews to uncover factors influencing explicit online recommendation behavior in peer-to-peer accommodation. *European Research on Management and Business Economics*, 30(1). <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2023.100236>
- Dwidienawati, D., Tjahjana, D., Abdinagoro, S. B., Gandasari, D., & Munawaroh. (2020). Customer review or influencer endorsement: which one influences purchase intention more? *Heliyon*, 6(11). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05543>
- ghozali, imam. (2018). *aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (9th ed.).
- Ha, T. M. (2021). The impact of product characteristics of limited-edition shoes on perceived value, brand trust and purchase intention. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1953680>
- Hapsari, F. M., Sudarwati, S., & Marwati, F. S. (2022). Pengaruh brand trust, media sosial dan online consumer review terhadap minat beli. *Jurnal Manajemen*, 14(1), 91–97. <https://doi.org/10.30872/jmmn.v14i1.10747>
- Hermawati, R. D., Wijaya, I. N. S., & Kurniawan, E. B. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Generasi Y Dan Z Dalam Memilih Perumahan Di Kota Kediri. *Planning for Urban Region and Environment*, 10(4), 161–168.
- Hertanto, E. (2017). Perbedaan_Skala_Likert_Lima_Skala_Dengan. *Metodologi Penelitian*, 2., September, 2–3.
- Hidvegi, A., & Erdős, A. K. (2016). Assessing the online purchasing decisions of Generation Z. *FIKUSZ '16 Symposium for Young Researchers, November 2016*, 173–181.
- <https://databoks.katadata.co.id/profile/cindy-mutia-annur>. (2023). *Pengguna TikTok di Indonesia Terbanyak Kedua di Dunia per April 2023*, Nyaris Salip AS? <https://Databoks.Katadata.Co.Id/>.
- <https://glints.com/>. (2023). *Pt Jaya Sukses International*. <https://Glints.Com/Id/Companies/Pt-Jaya-Sukses-International/7ea14748-9d51-4dc2-A760-1b488e86ac98>.
- Inggasari, S. M., & Hartati, R. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Cakrawangsa Bisnis*, 3(1), 1–22.
- Ismail, S. (2022). Pengaruh Penggunaan Model Pembelajaran Berbasis Proyek “Project Based Learning” Terhadap Hasil Belajar Fisika Peserta Didik Kelas X IPA SMA Negeri 35 Halmahera Selatan Pada Konsep Gerak Lurus”. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(5), 256–269. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6466594>

- Istiqomah, M., & Marlana, N. (2020). Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashion. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 288–298.
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Journal, C. D., Maulana, A., Halim, H., Produk, K., & Pembelian, K. (2024). Pengaruh harga diskon dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen minimarket ardymart palembang. 5(2), 3974–3980.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, kevin lane. (2008). *Manajemen Pemasaran* (edisi keti). Erlangga.
- Kurnia, U. D., & Krisnawati, W. (2023). Pengaruh Brand Image, Bran Trust dan Electronic Word of Mouth terhadap Pembelian Erigo di Kabupaten Gresik oleh Generasi Z. *Master : Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 3(1), 1–11.
- Kusumastuti, S. (2022). Keputusan pembelian ditinjau dari brand trust, brand awareness dan word of mouth. *KINERJA: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 19(3), 590.
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online Costumer Review dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla. *Jurnal Mirai Managemnt*, 6(1), 139–154.
- Lestari, A. P. (2023). Analisis Pengaruh Harga, Diskon Dan Kualitas Produk. *Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo Alamat*, 1–11. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/114968>
- Lu, K., & Liao, H. (2023). Dynamic preference elicitation of customer behaviours in e-commerce from online reviews based on expectation confirmation theory. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 36(1), 2915–2938. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2106275>
- Lubis, R. H., Ramadhan, Z., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh Promo Gratis Ongkir Dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi Shopee. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Organisasi (JUMBO)*, 5(3), 562. <https://doi.org/10.33772/jumbo.v5i3.22267>
- M.Choirul Azam, & Hj.Yuni Sukandani. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Price discount dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Oppo di Terminal Phone Plaza Marina Surabaya. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 1(1), 506–515. <https://doi.org/10.36456/jsbr.v1i1.3021>
- Mahendra, K. C., & Rafik, A. (2022). Literasi Keuangan dan Perilaku Belanja Generasi X dan Y. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa ...*, 01(01), 1–12.

- Maulana, H. A., & Asra, Y. (2019). Analisa Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce oleh Generasi Z di Daerah Pedesaan. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 7(2), 162. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v7i2.1220>
- Mokodompit, H. Y., Lopian, S., & ... (2022). ...Rating, Sistem Pembayaran Cash on Delivery Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Studi Pada *Jurnal EMBA: Jurnal ...*, 10(3), 975–984.
- Mufid Suryani, Nida Nusaibatul Adawiyah, & Erlin Beliya Syahputri. (2022). Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Sociolla Pada Masa Pandemi Covid-19. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(1), 49–74. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i1.416>
- Nanni, A., & Ordanini, A. (2024). Digital signage for promoting price discounts: First insights into customer spending on distant and nearby discounted products. *Journal of Retailing*, 100(2), 186–198. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2024.05.004>
- Naomi, I. P., & Ardhiyansyah, A. (2021). The effects of online customer reviews and online customer ratings on purchasing intentions in west java marketplaces. *Inovasi*, 17(4), 810–816. <https://doi.org/10.30872/jinv.v17i4.10224>
- Nurhalim, A. D. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Generasi Z Dan Generasi Milenial Di Indonesia Terhadap Zara. *Jurnal Bina Manajemen*, 10(2), 26–41. <https://doi.org/10.52859/jbm.v10i2.204>
- Prayanthi, I. (2021). Perbandingan Persepsi Berbelanja secara Online Antara Generasi X Dan Y Does Generation Y Have Better Perception in Shopping Online Compare to Generation X? *Cogito Smart Journal* |, 7(1), 52–60.
- Purba, D. S., Tarigan, W. J., Sinaga, M., & Tarigan, V. (2021). Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengolahan Regresi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Karya Abadi*, 5, 5–24.
- Putra, P. Y., & Ningrum, S. (2019). The Influence of Celebrity Endorser, Brand Image, and Brand Trust on Consumer Purchasing Decisions of Nike Brand Sport Shoes In Surabaya. *Journal of World Conference (JWC)*, 1(1), 208–218. <https://doi.org/10.29138/prd.v1i1.61>
- Putri, L., & Wandebori, H. (2016). Factors Influencing Cosmetics Purchase Intention. *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science*, 1, 255–263.
- Putri, P. M., & Marlien, R. . (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25–36. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.510>

- Razali, G., Andamisari, D., & Saputra, J. (2022). Pengaruh Promosi Diskon Dan Gratis Ongkir Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Citizen : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(3), 482–491. <https://doi.org/10.53866/jimi.v2i3.132>
- Reza Alfarozi Ritonga, & Taufiq Risal. (2023). Pengaruh Free Ongkir Kirim Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Online Shop (Studi Pada Pengguna Shopee Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Potensi Utama). *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(1), 73–91. <https://doi.org/10.30640/digital.v2i1.643>
- Salmah, N. N. A. (2015). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetika Sari Ayu Pada Toko La Tahzan Palembang. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 12(1), 1–13.
- Sauri, S., & Alfinuri, N. (2023). Pengaruh Ulasan Pelanggan, Penilaian, Gratis Ongkir, Kesadaran Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee. *ADL ISLAMIC ECONOMIC : Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 4(1), 1–18. <https://doi.org/10.56644/adl.v4i1.53>
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Jurnal Mirai Management Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211.
- Sugiyono, P. D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syuhada Nasution, U., Dewi, M., & Tiara Manurung, S. B. (2022). Pelatihan Pengenalan Aplikasi SPSS Dalam Pembelajaran Matematika. *Jurnal Bangun Abdimas*, 1(2), 40–44. <https://doi.org/10.56854/ba.v1i2.86>
- TikTokShop. (2023). *TikTokShop Ciptakan keseruan dan raup cuan*. <https://shop.tiktok.com/business/id>.
- Utami, S. H., & Aini, Y. (2020). Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack Terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan Alfamart Kota Tengah Kecamatan Kepenuhan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 120.
- Wicaksono, A. (2014). Perkembangan Alas Kaki Manusia. *Jurnal Ilmiah WUNY*, 16(4), 1–6. <https://doi.org/10.21831/jwuny.v16i4.3519>
- Wijaya, E., & Warnadi. (2019). Factors Affecting Online Purchase Decisions At Shopee: Effect of E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(2), 152–164. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/index>
- Xian, Gou Li, dkk. (2011). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di J.Co Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 367–377. <https://doi.org/10.35794/emba.v3i1.7116>

Yuliani, M. P., & Suarmanayasa, I. N. (2021). Pengaruh Harga Dan Online Consumer Review terhadap Keputusan Pembelian Poduk pada Marketplace Tokopedia. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 146–154.

Yulistiyani, N., Afwa, A., & Puspita, A. (2024). Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian pada Event Tanggal Kembar Shopee di Pekanbaru. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 18(1), 20. <https://doi.org/10.35931/aq.v18i1.2971>

Zulfauzy, A. I., & Rachmawati, I. (2018). Analysis of Factors Influencing Adoption of Mobile Banking in Indonesia. *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 7(2), 868–874. <https://doi.org/10.21275/ART201854>