



DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Agustiarti, R., et al. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Makassar: Tohar Media.

Kotler P., Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing (17e ed.)*. USA: Pearson Global Edition.

Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Pasuruan: Qiara Media.

Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy*. Pasuruan: Qiara Media.

Hermawan, S., Hariyanto, W. (2022). *Buku Ajar Metode Penelitian Bisnis (Kuantitatif dan Kualitatif)*. Sidoarjo: Umsida Press.

Ingrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.

Suparman, H., Susilo, W.H. (2020). *Metode Penelitian Bisnis (Aplikasi Pendekatan Manajemen Berbasis-Pasar)*. Jakarta: In Media.

Jurnal:

Auliya, et al. (2017). *Online Customer Reviews (OTRs) dan Rating: Kekuatan Baru pada Pemasaran Online di Indonesia*. Jurnal EBBANK, Vol.8, No.1

Cahyono, A. S. (2016). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia*. Jurnal Ilmu Sosial & Ilmu Politik Diterbitkan Oleh Fakultas Ilmu Sosial & Politik, Universitas Tulungagung

Darmawansah (2022). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Pakan Ternak Annisa Parepare*. Journal of Management Volume 5 Issue 3, 2022.

Faraslia, I., Pradekso, T. (2017). *Hubungan Terpaan Iklan Pada Akun Instagram @sociolla dan Terpaan Online Customer Review Pada Sociolla Connect dengan Keputusan Pembelian Produk Kecantikan di Sociolla*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Firdayanti, Y., Oktafiani, F. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone 12 Di Kota Bandung*. Jurnal Ekonomi Vol 19, No. 1, January 2023.

Fransiscus, C., et al. (2022). *Online customer review and product rating influence repurchase intention of Scarlet Whitening*. Jurnal ekonomi perusahaan Volume 29, Issue 2, September 2022. IBII Kwik Kian Gie.



Kamisa, N., et al. (2022). *Pengaruh Online Cstomer Review dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen (Studi kasus: Pengguna Shopee di Bandar Lampung)*. *Journal of Economic and Business Research* Vol. 2, No. 1, Maret 2022

Rizki, M., & Wijaya, Z.R. (2022). *Analisis Keputusan Pembelian Kaos Merk Welltraf di Cianjur*. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen* Vol.2, No.3 September 2022.

Sitinjak, T. J. R., & Steffen, E. (2021). *The Effect Of Product Quality And Service Quality On Customer Loyalty Of Warunk Upnormal*. *Jurnal Manajemen*, 10(1), 21–33.

Walyoto, S., Sujarwati, S. (2022). *Pengaruh Pemasaran Syariah Media Sosial, Kualitas Produk, Harga, dan Review Pelanggan Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. Prodi Manajemen Bisnis Syariah, FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta

Wibisono, H., et al. (2021). *Pengaruh Online Review dan Online Rating terhadap Minat Beli pada Konsumen Pergikuliner di Surabaya*. *Manajemen Perhotelan*. Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Kristen Petra : Surabaya.

Wandebori, H., & Putri, L. (2016). *Factors Influencing Cosmetics Purchase Intention in Indonesia Based on Online Review*. Bandung Institute of Technology, School of Business and Management, Indonesia.

Zhang J., et al. (2019). *The study of the effect of online review on purchase behavior Comparing the two research methods*. Shandong Normal University, Jinan, China

Website:

Data Pengguna Media Sosial, diakses pada Januari 2023,

<https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>

Daftar Media Sosial Paling Banyak Digunakan Di Indonesia, diakses pada Januari 2023

<https://goodstats.id/infographic/media-sosial-yang-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-2022-JpfD1>

Hasil Survey Pembeli TikTok Shop, diakses pada Januari 2023,

<https://indiekraf.com/hasil-survey-populix-tiktok-shop-dominasi-pasar-social-commerce-di-indonesia/>

Data GMV TikTok Shop, diakses pada Januari 2023, <https://id.techinasia.com/gmv-tiktok-shop>

Hak cipta Dilindungi Undang-undang
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Data Kenaikan Penjualan TikTok Shop, diakses pada Januari 2023,

<https://lifestyle.bisnis.com/read/20211013/220/1453801/tiktok-shop-catat-rekor-penjualan-saat-shopping-1010>

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.