

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyaningtyas, R., & Tri I.,W. 2021. Pengaruh Review Produk Dan Konten Marketing Pada Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening By Felicya Angelista. *eProceedings of Management*, 8(5).
- Darma, Budi. 2021. *Statistika Penelitian Menggunakan Spss (Uji Validitas, Uji Realibilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji T, Uji F Dan Uji R)*. Jakarta : Guepedia
- Darmanto, S. W., & Wardaya, M. 2016. Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Deepublish: Yogyakarta*
- Darmawan, Erlangga Satya. 2022. *Hasil Riset Ipsos: Shopee jadi E-Commerce yang Paling Banyak Digunakan pada 2021*. <https://money.kompas.com/> (diakses pada tanggal 4 April 2022)
- Haryanto, Totok., & Siti N.A. 2021. *Pengantar Praktis Pemasaran Digital*. Purwokerto: UM Purwokerto Press (Anggota APPTI)
- Hidayat, Feriawan. 2022. *Survei Ipsos Ungkap Tiga Pemain Utama E-Commerce di Indonesia*. <https://www.beritasatu.com/> (diakses pada tanggal 3 Maret 2022).
- Julianne, J. 2021. *Aktivitas Divisi Partnership Shopee Live PT Shopee International Indonesia. Doctoral dissertation*. Universitas Multimedia Nusantara.
- Kotler, Philip dan Garry Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kumbara, V. B. 2021. Determinasi Nilai Pelanggan dan Keputusan Pembelian Analisis Kualitas Produk, Desain Produk dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604-630.
- Liberty, Jemadu. 2022. *Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Capai 191,4 Juta Per 2022*. <https://today.line.me/> (diakses pada tanggal 3 Maret 2022).
- Mahdi, M. Ivan. 2022. *Pengguna Media Sosial Di Indonesia Capai 191 Juta Pada 2022*. <https://dataindonesia.id/> (diakses pada tanggal 3 Maret 2022).
- Meiryani. 2021. Memahami Koefisien Determinasi dalam Regresi Linier. *Accounting*. Binus University School of Accounting.
- Mulyono, 2019. Uji Asumsi Klasik. *Management*. Binus University Bussines School.

- 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.
- Nurul, M., Noorlailie S., & Isnalita,. 2019. Pengaruh Jumlah Pengunjung, Ulasan Produk, Reputasi Toko Dan Status Gold Badge pada Penjualan Dalam Tokopedia. *E-Jurnal Akuntansi*, 28(3), 1855-1865.
- Pertiwi, D., & Henni G. 2018. Pengaruh Content Marketing Terhadap Pembentukan Brand Awareness Pada Kalbis Institute. *Jurnal Media Kom*, 8(2), 48.
- Purboyo. dkk. 2021. *Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual & Praktis)* (No. rwy65). Center for Open Science.
- Purwanto, Y., & Wilma L. S. 2022. Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Endorser Terhadap Purchase Intention Pada Brand Skincare Somethinc. *Agora*, 10(1).
- Saleh, Muhammad Yusuf & Miah Said. 2019. *Konsep dan Strategi Pemasaran*, Makasar: CV Sah Media.
- Setiadi, N. J. 2019. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga* (Vol. 3). Prenada Media.
- Shafa, P. M., & Jusuf Hariyanto. 2020. PENGARUH HARGA, ULASAN PRODUK, DAN METODE PEMBAYARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM BERBELANJA ONLINE MELALUI APLIKASI SHOPEE (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Bekasi). *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*.
- Shopee. 2022. *Tentang Shopee*. <https://careers.shopee.co.id/> (diakses pada tanggal 17 Mei 2022)
- Simanjuntak, Mariana. dkk. 2021. *Perancangan Organisasi dan Sumber Daya Manusia*. Yayasan Kita Menulis.
- Sintadi, Jason., & Yoestini. 2019. *Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, dan Review Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa UNDIP Semarang*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Bisnis (Edisi Ketiga)*, Bandung: Alfabeta.
- Tasnim., dkk. 2021. *Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.

Wahyuni, P., Ade Irma., & Syamsul Arifin. (Eds.). 2021. *Perempuan: Perempuan dan Media Volume 2*. Syiah Kuala University Press.

Yusi, Syahirman., & Umiyati Idris. 2016. *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi, Bisnis dan Sosial*. Palembang: UPT Penerbit dan Percetakan

Yusuf, R., Heny H., & Lili, A.W. 2020. Pengaruh Konten Pemasaran Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506-515.