

DAFTAR PUSTAKA

- Adriana, Yola, dan Syaefulloh Syaefulloh. 2023. "Pengaruh Influencer Marketing dan Affiliate Marketing terhadap Purchase Decision melalui Online Customer Review Tas Perempuan di Shopee Affiliate (Studi Kasus pada Gen Z di Kota Pekanbaru)." *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan* 17(6):3993. doi: 10.35931/aq.v17i6.2823.
- Agustin, N. A. 2023. "Pengaruh Affilliate Marketing, Live Streaming, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Online Dalam Tiktokshop." *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi* 3(3):137–52. doi: 10.55606/jebaku.v3i3.2862.
- Ali, M. R., A. K. Djaelani, dan A. Priyono. 2023. "Pengaruh Online Customer Reviews dan Viral Marketing terhadap Keputusan Membeli Pada Konsumen Marketplace Shopee di Kota Malang (Studi kasus pada mahasiswa di Kota Malang)." *e-Jurnal Riset Manajemen* 12(02):2119–32.
- Andriani, F. 2021. *Pembelian Konsumen Tokopedia (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia di Jabodetabek)*. Vol. 1.
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur penelitian: suatu pendekatan praktik*. 15 ed. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Tangerang: Edu Pustaka.
- Assauri, S. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: LPFEUI.
- Benedictova, B., dan L. Nevsad. 2008. *Affiliate Marketing Perspective of Content Providers*. MASTER'S THESIS Lulea University of Tecnology.
- Buchari, A. 2005. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Revisi. Bandung: Alfabeta.

- Clark, Bruce H. 2000. "Managerial perceptions of marketing performance: efficiency, adaptability, effectiveness and satisfaction." *Journal of Strategic Marketing* 8(1):3–25. doi: 10.1080/096525400346286.
- Drumond, H. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Vol. 1. 5 ed. Erlangga.
- Fahmi, dan Irham. 2016. *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Hardianawati. 2023. "Affiliated Marketing Content in Shopee Through Tiktok Media on Purchase Decisions)." *Revista de Gestao Social e Ambiental* 17(4). doi: 10.24857/rgsa.v17n4-025.
- Hidayati, Nur Laili. 2018. "Pengaruh Viral Marketing, Online Cunsomer Reviews dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Surabaya." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 06(03):77–84.
- Husnayetti, C. A. Ramadhanty, dan Erion. 2023. "Marketing Affiliates, Influencers, and Purchase Decisions of Shopaholic Users in Jakarta." *Journal Business nagement Studies* 63–68. doi: 10.32996/jbms.
- Kadek, Luh, Budi Martini, Ejasa Sembiring, dan Dan Frandy Paulus. 2022. "Customer Online Customer Rating dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Modeliafashion Pada Marketplace Tokopedia Jakarta." *JAMAS Journal of Applied Management and Accounting Science* 4(1):15–24.
- Karina, N., Darmansyah, Dudi Awalludin, dan Asep Samsul Bakhri. 2023. "Pengaruh Affiliate Marketing Dalam Peningkatan Penjualan Pada Belanja." *LPPM STMIK ROSMA / Prosiding Seminar Nasional : Inovasi & Adopsi Teknologi* 80–89.
- Khoiriyah, Umil. 2022. "Pengaruh viral marketing dan advertising effectiveness terhadap keputusan pembelian produk skincare (studi produk ms glow di pasir Pengaraian)." *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 04(02):763–81.
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Tangerang: Edu Pustaka.

- Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Tangerang: Edu Pustaka.
- Kotler, P., dan Keller. 2016. *Marketing Manajemen*. 15 ed. Pearson Education Limited.
- Maulida, Rizka, dan Salim Siregar. t.t. “Pengaruh Affiliate Marketing dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Survey Pada Followers Instagram Scarlett Whitening).” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Desember 2023(24):607–15. doi: 10.5281/zenodo.10435517.
- Mokodompit, H. Y., Lapian J, dan Roring F. 2022. “Pengaruh Online Customer Rating, Sistem Pembayaran Cash On Delivery dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa dan Alumni Equil Choir FEB Unsrat).” *Jurnal EMBA* 10(3):975–84.
- Oscar, Bheben, S. Mb, M. M. Hilman, dan Cahya Megantara. 2020. “Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslim Army.” *Jurnal Bisnis dan Pemasaran* 10(1):1–12.
- Priyatno, D. 2008. *Menghadiri Belajar SPSS Untuk Analisis Data dan Uji Statistik*. Yogyakarta: Mediakom.
- Putri. 2015. *Pengaruh Pengetahuan Auditor, Pengalaman Auditor, Kompleksitas Tugas, Locus of Contro, dan Tekanan Ketaatan Terhadap Audit Judgement*.
- Qomariah, Muhammad MaulanaDwiMahendra, dan Achmad Hasan Hafidzi. 2021. “The Effect Of Price Consciousness, Sales Promotion And Online Customer Reviews On Purchase Decisions At The Marketplace Tokopedia.” *IOSR Journal Business and Management (IOSR-JBM)* 23(6):57–63. doi: 10.9790/487X-2306045763.
- Ramadhana, dan Fraick Nicky. 2022. “Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace.” *Digital Learning Merdeka Belajar Kampus Merdeka: Strategi dan Inovasi Pembelajaran* 157–65.
- Regina, Rimna, Endang Sulistya Rini, dan Beby Karina Fawzee Sembiring. 2021. “The Effect of Online Customer Review and Promotion through E-Trust on the Purchase

- Decision of Bukalapakin Medan City.” *International Journal of Research and Review* 8(8):236–43. doi: 10.52403/ijrr.20210833.
- Rorimpandey, M., dan Y. A. Widyaningsih. 2017. “Analisis Faktor-Faktor Online Review Yang Mempengaruhi Diagnostik Informasi Pada Adopsi Informasi Hotel Berbintang Di Yogyakarta.” *Universitas Gadjah Mada*.
- Sahir, S. H. 2021. *Metodologi Penelitian*. 1 ed. Medan: KBM Indonesia.
- Sanaky M, L. M. Saleh, dan Titaley H. 2021. “Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama MAN 1 Tulehu Maluku Tengah.” *Jurnal Simetrik* 11(1):432–39.
- Sari, F. 2021. “Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Lazada di Kecamatan Rumbo Jaya.” *Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara* 82.
- Satiawan, A., R. S. Hamid, dan E. Maszudi. 2023. “Pengaruh Content Marketing, Influencer Marketing, Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Di Tiktok.” *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia* 09(01):01–14.
- Selvi, V., V. Suresh, K, Dr Maran, dan V, M. Ponniah. 2018. *A Study on Customers’ Satisfaction on Affiliate Marketing in E-Commerce Business with reference to Chennai City*. Vol. 3.
- Shilfiyo, dan Rummyeni. 2022. “Pengaruh Content Marketing Shopee Afiliiasi melalui Media Tiktok terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.” *JAB* 20(02):37–48.
- Simamora. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Tangerang: Edu Pustaka.
- Simamora, V., dan D. Maryana. 2023. “Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Tokopedia Dimoderasi Oleh Kualitas Produk.” *CAKRAWALA - Repository IMWI* 6(2):666–80.

- Sungadji, dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Suwondo, Nurlaily M., dan Ana Noor Andriana. 2023. "Pengaruh Onliner Customer Review, Content Marketing dan Brand Love Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada Platform Tiktok Shop (Studi pada konsumen produk skintific di Samarinda)." *JIMEA Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)* 7(3):2023.
- Swastha. 1984. *Manajemen Pemasaran*. Tangerang: Edu Pustaka.
- Swastha, B., dan H. Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Tangerang: Edu Pustaka.
- Swastha, B., dan Irawan. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Liberty.
- Syahza, A. 2021. *Metodologi Penelitian*. Pertama. Riau: UR Press.
- Syarifuddin, dan I. Al Saudi. 2022. *Metode Riset Praktis Regresi Berganda Menggunakan SPSS*. Palangkaraya: Bobby Digital Center.
- Wandira, Ayu, dan Taufikur Rahman. 2021. *Islamic Branding, Viral Marketing, Online Consumer Review, and Purchasing Decision: The Mediating Role of Purchase Intention*. Vol. 2021.
- Wilis, R. A., dan Faik A. 2022. "Effect of Digital Marketing, Influencer Marketing and Online Customer Review on Purchase Decision: A Case Study of Cake Shop 'Lu'miere.'" *Petra International Journal of Business Studies* 5(2):155–62. doi: 10.9744/ijbs.5.2.155-162.
- Zed, Ety Zuliawati, Yunita Ramadhani Ratnaningsih, Dan Tri, dan Mulyani Kartini. 2023. "Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Online di E-commerce pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Cikarang." *Jurnal Mirai Management* 8(2):436–52.