

DAFTAR PUSTAKA

- Alinea. (2024). *TikTok Kalahkan Tokopedia, Shopee Tak Terkejar*. https://www.alinea.id/bisnis/tiktok-kalahkan-tokopedia-shopee-tak-terkejar-b2kEs9Q2P?utm_source=chatgpt.com
- Alma, B. (2020). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Arikunto, S. (2021). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Azzahra, A., Afwa, A., & Moniko, M. (2024). The Influence of Influencer Marketing and Online Customer Reviews on Purchase Intention Through the Perceived Value of Cosmetic Products on Tiktok Shop (An Empirical Study on Students in the City of Pekanbaru). *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 1487–1502. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v12i1.5255>
- Edot. (2024). *5 Marketplace dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia pada Tahun 2024*. <https://edot.id/articles/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-di-indonesia-pada-2024-siapa-juaranya>
- Gaol, F. P. br L., Purwaamijaya, B. M., & Sarah, S. (2023). The Influence of Viral Marketing and Influencer Marketing Against Purchase Intention TikTok Account @Somethincofficial. *Indonesian Journal of Digital Business*, 3(1), 45–52.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakiki, A. N., Mulyanti, K., Juliandara, L., & Mafriningsianti, E. (2024). The Influence of Viral Marketing and Influencer Marketing on Purchase Intention Through a Skincare TikTok Account. *Asia Pacific Journal of Management and Education (APJME)*, 7(3), 145–167. <https://doi.org/10.17509/ijdb.v3i1.57837>
- Indiantoro, N., & Soepomo, B. (2016). *Metodologi Penelitian Bisnis*. BPFE.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran*. Penerbit Andi.
- Maulida, L., & Sunarjo, W. A. (2024). Peran Influencer Marketing dan Online Customer Review Terhadap Purchase Intention pada Produk Make Over di Media Sosial. *Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan*, 15(5), 1–13.
- Montolalu, B. M., Ogi, I. W. J., & Raintung, M. C. (2024). Trust Sebagai Pemediasi Pengaruh Online Customer Review dan Brand Awareness Terhadap Purchase Intention pada E-Commerce Shopee oleh Konsumen di Kecamatan Airmadidi. *Jurnal EMBA*, 12(3), 153–164.

- Naufal, I. (2024). *Jelang Harbolnas 2024, Ini Platform E-Commerce yang Paling Dicari Konsumen*. Inilah.Com. <https://www.inilah.com/jelang-harbolnas-2024-ini-platform-e-commerce-yang-paling-dicari-konsumen>
- Pasaribu, A. F., Fadhila Rahma, T. I., & Dharma, B. (2023). Pengaruh Content Marketing, Viral Marketing, dan Influencer Terhadap Minat Beli Produk Skincare pada Mahasiswa. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 10(2), 81–93. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v10i2.4432>
- Penny, & Makaba, K. A. (2024). Pengaruh Influencer Marketing dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Produk Skincare Skintific di Shopee. *Jurnal Manajemen & Bisnis Jayakarta*, 6(1), 26–42. <https://doi.org/10.53825/jmbjayakarta.v6i01.282>
- Priyatno, D. (2022). *Olah Data Sendiri Analisis Regresi Linier dengan SPSS dan Analisis Regresi Data Panel dengan EvIEWS*. Cahaya Harapan.
- Putri, V. A., Arifin, R., & Rahman, F. (2024). Pengaruh Viral Marketing, Online Customer Review, dan Flash Sale Terhadap Minat Beli Pada E-commerce Shopee (Studi Kasus Mahasiswa di Kota Malang). *Jurnal Riset Manajemen*, 13(1), 511–518.
- Ramadhan, M., Astuti, H. J., Rahmawati, E., & Ikhsani, M. M. (2024). The Effect of Influencer Marketing, Viral Marketing and Customer Engagement on Purchase Intention At Bloods Store in Purwokerto. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 1470–1484. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3868>
- Riduwan, & Kuncoro, E. A. (2017). *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Alfabeta.
- Santoso, S. (2017). *Menguasai Statistik dengan SPSS 24*. Elexmedia.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistio, E., & Dewi, L. (2024). How To Influencer and Viral Marketing Increase Purchase Intention. *Jurnal STIE Semarang*, 16(1), 29–40. <https://doi.org/10.34854/icpaf.51.2024.1.1.090>
- Swastha, B. (2019). *Manajemen Pemasaran*. BPFE.
- Tjiptono, F. (2022). *Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan*. Andi.
- Yuland, F. H., Besra, E., & Syafrizal. (2023). The Influence of Viral Marketing Digital Influencers and Online Consumer Reviews on Purchase Intention. *Enrichment: Journal of Management*, 13(2), 743–750. www.enrichment.iocspublisher.org