

DAFTAR PUSTAKA

- Aldhama, P. (2022). *Pengaruh Review Dan Affiliate Marketing Produk Marketplace Terhadap Impulse Buying Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Arfianto, R. (2020). *Analisis Pengaruh Review Produk, Promosi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace*. 1–12.
- Batu, R. L., Situngkir, T. L., Krisnawati, I., & Halim, S. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Online Purchase Decision Pada Platform Belanja Online Shopee. *Ekonomi & Bisnis*, 18(2), 144–153. <https://doi.org/10.32722/eb.v18i2.2495>
- Brata, B. H., Husaini, S., & Ali, H. (2017). The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi At PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(4), 433–445.
- Fatmaningrum, S. R., Susanto, & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Ilmiah MEA*, 4(1), 176–188.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. (2019). *Manajemen Operasi*. BPFE Yogyakarta.
- [GMV Social Commerce Indonesia Capai US\\$25 Juta pada 2022 \(dataindonesia.id\)](https://dataindonesia.id)
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72.
- Huang, Z., & Benyoucef, M. (2013). From e-commerce to social commerce: A close look at design features. *Electronic Commerce Research and Applications*, 12(4), 246–259. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2012.12.003>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Lee, E. J., & Shin, S. Y. (2014). When do consumers buy online product reviews? Effects of review quality, product type, and reviewer's photo. *Computers in Human Behavior*, 31(1), 356–366. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.10.050>
- Mo, Z., Li, Y.-F., & Fan, P. (2015). Effect of Online Reviews on Consumer Purchase Behavior. *Journal of Service Science and Management*, 08(03), 419–424. <https://doi.org/10.4236/jssm.2015.83043>
- Mulyana, S. (2021). Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee Di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 185–195. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v7i2.665>
- Putri, L., & Wandebori, H. (2016). Factors Influencing Cosmetics Purchase Intention in Indonesia Based on Online Review. *Icebess*, 255–263.
- Rahadi, D. R., & Abdillah, L. A. (2013). The Utilization of Social Networking as Promotion Media (Case Study : Handicraft Business In Palembang Postgraduate Program, Bina Darma University Computer Science Faculty , Information Systems Study Program , Bina Darma University United States Brazil. *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia*, 2–4.
- Rahmawati, N. F. (2022). *Pengaruh Affiliate Marketing, Live Streaming, dan Program Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga Pahlawan Negara, Yogyakarta.
- Sharma, S., & Crossler, R. E. (2014). Disclosing too much? Situational factors affecting information disclosure in social commerce environment. *Electronic Commerce Research and Applications*, 13(5), 305–319. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2014.06.007>

Sinambow, S., & Trang, I. (2015). Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan pembelian Pada Toko Komputer Game Zone Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3).

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Susanto, N. J. (2022). Pengaruh Sosial Media Affiliate Marketing Terhadap Willingness to Buy Pada Marketplace Shopee dengan Subjective Norm sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 9(2), 1–9. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/13652>

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.

