

DAFTAR PUSTAKA

- Alridhani, D., & Persada, A. G. (2020). Implementasi media sosial dan e-commerce untuk meningkatkan pemasaran hasil pertanian sayur dan peternakan (studi kasus: Desa Sumberejo). *Jurnal Automata*, 1(2), 1–5.
- Fadilah, A. N., Asnawi, A., & Ferriswara, D. (2023). Pengaruh harga dan online customer review terhadap keputusan pembelian sayur melalui marketplace Shopee di Surabaya. *Soetomo Administrasi Bisnis*, 247–258.
- Fahmi, R. A., & Fadilla, A. N. (2024). Pengaruh social media marketing Instagram @kampoengradjoet.id terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Humaniora dan Teknologi (HUMANTECH)*, 4(1), 15–22.
- Farhas, R. J. (2021). Analisis keputusan pembelian smartphone pada gen-Z. *Journal of Engineering Science and Technology*, 1(2), 1–10.
- Ferawati, F., Saadah, S., & Amrullah, A. (2019). Pengambilan keputusan konsumen pada pembelian beras di Kota Makassar. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 15(1), 1.
- Guo, J., Li, Y., Xu, Y., & Zeng, K. (2021). How live streaming features impact consumers' purchase intention in the context of cross-border e-commerce? A research based on SOR theory. *Frontiers in Psychology*, 12, Article 777544. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.777544>
- Hadita, Widjarnarko, W., Jumawan, & Putra, C. I. W. (2021). Analysis of the use of e-commerce on consumer decisions in buying baby food products. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal)*, 4(3), 3440–3452.
- Hijratunnisa, L., Mardian, I., & Ismunandar. (2023). Pengaruh social media marketing dan online customer review terhadap minat beli pada marketplace Shopee. *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(2), 37–56.
- Iksyanti, R. A., & Hidayat, D. (2022). Pengaruh pemasaran media sosial terhadap keputusan pembelian melalui TikTok di Shopee. *YUME: Journal of Management*, 5(2), 85–93.
- Inayati, K. A., & Wijayanti, R. F. (2023). Pengaruh persepsi harga dan online customer review terhadap keputusan pembelian di marketplace Shopee. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(1), 32–37.
- Jonathan, & Sarwono. (2018). Meode penelitian kuantitatif dan kualitatif. *Jurnal Stat*, 3(1).
- Kirom, M. F., Bahwanto, R., & Yusuf, A. (2023). Pengaruh pemasaran digital dan kemudahan penggunaan platform marketplace online Shopee terhadap keputusan pembelian mahasiswa pada produk fashion. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 7(3).

- Marlinda, L. (2010). Perancangan dan implementasi e-commerce ikan air tawar menggunakan metode CRM: Studi kasus peternak ikan air tawar daerah Sukabumi Jawa Barat. *Seminar Nasional Pengaplikasian Telematika SINAPTIKA*, 404–409.
- Nahera, F., & Evelina, T. Y. (2023). Pengaruh online consumer review dan price discount terhadap keputusan pembelian konsumen marketplace Shopee di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(1), 14–19.
- Nofri, O., & Hafifah, A. (2018). Analisis perilaku konsumen dalam melakukan online shopping di Kota Makassar. *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi*, 5(1), 113–132.
- Poernomo, H. S. L. (2020). Analisis perlindungan hukum konsumen produk makanan kemasan yang beredar di Kota Makassar. *Gorontalo Law Review*, 3(1), 40.
- Pratiwi, B., Sadat, A. M., & Monoarfa, T. A. (2023). Pengaruh social media marketing, brand equity, dan perceived value terhadap continuance intention pada pengguna marketplace di Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, 4(1), 123–135.
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Pascal Books.
- Rombeallo, E., Tinungki, G. M., & Islamiyati, A. (2023). Response-based units segmentation partial least square (REBUS PLS) analysis on human development index data in Indonesia. *International Research Journal of Advanced Engineering and Science*, 8(3), 18–22.
- Silvi, D. K., & Prabandari, S. P. (2024). Pengaruh social media marketing terhadap kepercayaan konsumen dan minat beli. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 3(1), 188–195.
- Soegiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Buku metode penelitian*. Alfabeta.
- Sukarno P, D. I., Fadila, I. L., & Yusuf, A. (2024). Pengaruh social media marketing dan online customer review terhadap minat beli produk Aerostreet pada marketplace TikTok Shop. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(3), 13999–14010.
- Susilowati, E. (2022). Pengaruh social media marketing terhadap keputusan pembelian produk Sonokuno Kitchen Jakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Informasi (JUKIM)*, 3(1), 34–40.
- Utama, E. A. P., & Komara, E. (2022). Faktor yang mempengaruhi minat pembelian produk ramah lingkungan (studi kasus pada Gen Z di Jabodetabek). *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan*, 7(3), 90.

- Wen, X., Sun, S., Li, L., & He, Q. (2020). Avian influenza—Factors affecting consumers' purchase intentions toward poultry products. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 33(11), 1–18.
- Xie, C., Tian, X., Feng, X., Zhang, X., & Ruan, J. (2022). Preference characteristics on consumers' online consumption of fresh agricultural products under the outbreak of COVID-19: An analysis of online review data based on LDA model. *Procedia Computer Science*, 207, 4486–4495.
- Yanti Nasution, E., & Kurnia, E. (2021). Perilaku konsumen Gen Y dan Gen Z dalam pengambilan keputusan pembelian: Studi komparatif Japanese food dan American food. *Ekonomikawan*, 21(1), 64–75.
- Zhao, K., Shi, H., Zhang, Y. Y., & Sheng, J. (2021). Fresh produce e-commerce and online shoppers' purchase intention. *Chinese Economy*, 54(6), 415–429.
- Zuhad, M. F., & Yoestini, D. (2023). Pengaruh social media marketing dan citra merek terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 12(2), 112–121.