

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, Rifa'i. 2021. Pengantar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: SUKAPress UIN Sunan Kalijaga.
- Ahdiat, Adi. (2023). 5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2023. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023> (accessed 10 October, 2023)
- Akmal Abdullah *et al.* (2023). Social Media on Consumer Purchase Intention in Shopee Marketplace. *International Journal of Economics and Management Research*, 2(2), 01–10. doi:10.55606/ijemr.v2i2.90.
- Algifari. (1994). Statistik Ekonomi: Teori, Kasus dan Solusi. Yogyakarta: Bagian Penerbit STIE YKPN.
- Ali, S. dan. (2015). DASAR METODOLOGI PENELITIAN. In Literacy Media Publishing (Vol. 7, Issue 2).
- Ansori, A. (2020). Kepribadian dan Emosi. *Jurnal Literasi Pendidikan Nusantara*, 1(1), 41–54. Available at: <http://jurnal.uinbanten.ac.id/index.php/jlpn>.
- Annur, Cindy Mutia. (2023). Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023> (accessed 9 October, 2023)
- Aprilia, Miranda. (2023). Toko Online Berkembang Pesat, Lalu Bagaimana Nasib Toko Offline?. Retrieved from <https://kumparan.com/miranda-aprilia/toko-online-berkembang-pesat-lalu-bagaimana-nasib-toko-offline-1zuanAc33AY> (accessed 9 October, 2023)
- Arum Wahyuni Purbohastusi, A.A.H. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4, 37–46. doi:10.37715/jp.v6i3.2528.
- Chairilisyah, D. (2012). Pembentukan Kepribadian Positif. *Educhild*, 1(1), 1–7.
- Daulay, R. and Handayani, S. (2021). Pengaruh Gaya Hidup dan Kepribadian terhadap Minat Belanja Online melalui Aplikasi Lazada. *Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial dan Humaniora*, 1(1), 478–486. Available at: <https://ceredindonesia.or.id/index.php/sintesa/article/view/347>.
- David William *et al.* (2023). The Influence Of Price, Quality Of Service And Promotion On Consumer Purchase Decision To Stay In Hotels In Medan City. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 303–308. Available at: <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>.

- Fakhrudin, A., Yudianto, K. and Melly A.D, Y.S. (2021). Word of mouth marketing berpengaruh terhadap keputusan kuliah. *Forum Ekonomi*, 23(4), 648–657. doi:10.30872/jfor.v23i4.10111.
- Firdaus, M., Aisyah, S. and Farida, E. (2023). Pengaruh customer review, customer rating, dan celebrity endorser terhadap minat beli melalui kepercayaan di online shop Shopee. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 4(1), 67–83. doi:10.37631/ebisma.v4i1.874.
- Hardani, dkk (2020) Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. Yogyakarta: CV.Pustaka Ilmu Grup.
- Husaini Usman, Purnomo. 2001. Metode Penelitian Sosial. Jakarta: PT Bumi Aksaran
- Isnan, M.F. and Rubiyanti, R.N. (2021). The Effect of Brand Ambassador Towards Buyers Interest Tiket . Com of West Java. *e-Proceeding of Management*, 8(1), 164–170.
- Jayani, Dwi Hadya. (2019). Tren Pengguna E-Commerce Terus Tumbuh. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/tren-pengguna-e-commerce-2017-2023> (accessed 10 October, 2023)
- Kamalinasab, H. (2017). Studying the role of positive electrical word of mouth (EWOM) on the willingness to buy, with considering the moderating role of consumer's personality. *QUID: Investigación, Ciencia y Tecnología*, (1), 1259–1270.
- Kentzo *et al.* (2020). Analisa Pengaruh EWOM Terhadap Minat Beli Konsumen Setelah Kejadian Food Poisoning Di Restoran X Surabaya Dengan Citra Merek Sebagai Mediator. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 8(1), 1–14. Available at: <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/9895/8876>.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 2. Edisi 8.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. Principles of Marketing. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, A. *et al.* (2022). in Tokopedia Applications, the Effect of Electronic Word of Mouth and Digital Payment on Buying Intention. *Jurnal Darma Agung*, 30(3), 272. doi:10.46930/ojsuda.v30i3.2256.

- Lestari, L., Kristiningsih, K. and Herawati, W. (2019). Analysis of the Characteristics of Potential Consumer Based on Motivation, Personality and Lifestyle of East Java Batik Consumer. 88(Iciir 2018), 137–141. doi:10.2991/iciir-18.2019.25.
- Mangkunegara, Anwar. Prabu. 2009. Perilaku Konsumen. Edisi Revisi. Cetakan Keempat. PT. Refika Aditama. Bandung.
- Mantiri, S.M.B., Mangantar, M.M. and Tumewu, F.J. (2022). the Influence of Ewom and Wom on Purchase Intention of Shopee Customer in Manado Pengaruh Ewom Dan Wom Terhadap Niat Membeli Pelanggan Shopee Di Manado. *Jurnal EMBA*, 10(1), 1191.
- Margono.2004. Metodologi Penelitian Pendidikan, Jakarta: Rineka Cipta.
- Masato, E. and . S. (2021). The Effect of a Celebrity Endorser on Purchase Interest through Brand Image. *KnE Social Sciences*, 2021, 188–199. doi:10.18502/kss.v5i8.9358.
- Misrina, M., Suroyo, S. and Tatminingsih, S. (2022). Pengaruh Personalitas, Motivasi Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Guru SD Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 8(1), 165. doi:10.37905/aksara.8.1.165-178.2022.
- Naufal, Ibnu. (2023). Transaksi E-Commerce Indonesia: Proyeksi Rp700 Triliun pada 2023. Retrieved from <https://www.inilah.com/transaksi-e-commerce-indonesia-proyeksi-rp700-triliun-pada-2023> (accessed 10 October, 2023)
- Ni Kadek Yora, Komang Ayu Puspita Dewi, dan I.G.A.K.G. (2021). The Role of Brand Image Mediates The Effect of Country of Origins on Purchase Intention. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(3), 143. Available at: www.ajhssr.com.
- Octavia, N., Hayati, K. and Karim, M. (2020). Pengaruh Kepribadian, Kecerdasan Emosional dan Kecerdasan Spiritual terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 16(2), 130–144. doi:10.23960/jbm.v16i2.87.
- Oktaviansyah, R.A. and Setiawan, M.B. (2022). The Effect Of Celebrity Endorsement, Online Customer Review And Customer Experience On Purchase Intention Marketplace Shopee (Study on Students at Stikubank University (Unisbank) Semarang). *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 1222–1227.
- Ratu, E.P. *et al.* (2022). The impact of digital marketing, sales promotion, and electronic word of mouth on customer purchase intention at Tiktok Shop. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 149–158.
- Rawi, M.A.T., Wibowo, G. and Dwisaputra, M.R.A. (2020). The Influence Of Social Media, Brand Image And Celebrity Endorser To Purchase Intention On Tokopedia. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 4(7), 1–9. Available at: www.ajhssr.com.

- Saryono, S., Amin, S. and Yacob, S. (2022). Job Crafting Sebagai Faktor Mediasi Pada Kepribadian The Big Five Model Terhadap Kinerja Pegawai Polres Batanghari. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(1), 117–130. Available at: <https://dinastirev.org/JIMT/article/view/1164>.
- Satria, H. (2019). Hendy Satria Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang. 137.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suhardi, D. and Irmayanti, R. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Scarlett. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 53–62. doi:10.55606/jurima.v2i1.153.
- Syahputra, I. (2023). The Effect of EWOM, Price Perception and Risk Perception on Purchase Intention: Study on Users of Kahf Care Products. (Icosop 2022), 46–52. doi:10.5220/0011509900003460.
- Syarifuddin & Saudi, A. B. (2022). Metode Riset Praktis Regresi Berganda Menggunakan SPSS. Palangkaraya: Bobby Digital Center.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran, Edisi 3. Jakarta: Andi.