

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, m., septyadi, k., salamah, m., nujiyatillah, s., manajemen, m. S., bhayangkara, u., & raya, j. (2022). Literature review keputusan pembelian dan minat beli konsumen pada smartphone: harga dan promosi. 3(1), 2022. Doi: 10.38035/jmpis.v3i1
- An, g. K., an ngo, t. T., tran, t. T., & nguyen, p. T. (2024). Investigating the influence of social media influencer credibility on beauty product purchase behaviors: a case study from vietnam. *Innovative marketing*, 20(3), 261–276. Doi: 10.21511/im.20(3).2024.21
- Ananda, a. R., putra, m. N. T., & azhar, m. I. Y. (2025). Virtual influencers, real impact: a narrative review on credibility, generational trust, and purchase intention in digital marketing. *Sinergi international journal of communication sciences*, 3(2), 99–112. Doi: 10.61194/ijcs.v3i2.690
- Anjaya, a., & dwita, v. (2023). Mms marketing management studies the impact of online customer review on purchase intention with trust as a mediating variable. *Marketing management studies*, 3(4), 407–417. Doi: 10.24036/mms.v3i4.457
- Apjii. (2024). Survei penetrasi internet indonesia 2024. Diakses pada 15 oktober 2025, dari <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Aulia putri, m., ferdian abduravi, m., oktaviani, w., & dafrianita, y. (2023). Analisis perubahan perilaku belanja generasi z di era digital melalui pendekatan antropologi sosial.
- Aulia rizky í, v., & kuswati, r. (2024). Yume : journal of management analisis pengaruh narrative involment pada impulsive buying yang dimediasi parasocial interaction dan social attractiveness terhadap food vlogger @gemarkulineran. In yume : journal of management (vol. 7, issue 3).
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Kota Baru. (19 Mei 2025). *Mengenai Gen Z, Generasi Rawan Depresi hingga Si Paling Self Reward*. Diakses pada 12 Desember 2025, dari <https://kotabarukab.bps.go.id/id/news/2025/05/19/345/mengenai-gen-z-generasi-rawan-depresi-hingga-si-paling-self-reward.html>
- Billy surya hanjaya, bayu setyo budihardjo, & catharina aprilia hellyani. (2023). Pengaruh social media marketing terhadap keputusan pembelian konsumen pada umkm. *Jurnal riset manajemen dan ekonomi (jrime)*, 1(3), 54–72. <https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v1i3.271>
- Chen, t., samaranayake, p., cen, x. Y., qi, m., & lan, y. C. (2022). The impact of online reviews on consumers' purchasing decisions: evidence from an eye-tracking study. *Frontiers in psychology*, 13. Doi: 10.3389/fpsyg.2022.865702
- Dian rahayu putri, l. (2023). Hubungan kualitas produk dan brand image dengan keputusan pembelian pada pengguna shopee di jabodetabek. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/psikologikreatifinovatif/issue/archive>
- Eka napitupulu, annisa sakti hasiru, dina az-zahra, & pantri heriyati. (2025). Pengaruh kredibilitas influencer dan keterlibatan pengguna (moderasi)

- terhadap minat beli pada local brand apparel. *Syntax literate: jurnal ilmiah indonesia*.
- Farida, n., ridwan, m., & fadilah, l. N. (2021). Pengaruh kredibilitas influencer terhadap minat beli subscribers pada channel youtube otomotif. *Business communication journal*, retrieved from <https://jurnal.akmrtv.ac.id/bcomm/article/view/233>
- Fauzar, s., septi haryani, d., langgeng ratnasari, s., anugraha, b., nora susanti, e., stie pembangunan tanjungpinang, m., manajemen, m., riau kepulauan, u., hutan, m., & satya terra bhinneka, u. (2025). Pengaruh review content creator david gadgetin paltform youtube terhadap minat beli pada produk smartphone di kota tanjungpinang. Retrieved from www.youngontop.com
- Fauziah, A., Ziva, S., Afifah, F. N., Afifah, L. K., & Sulistiobudi, R. A. (2023). Analisis pentingnya online customer review dalam mempengaruhi keputusan pembelian produk gadget. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 8(2), 251-267. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v8i2.17553>
- Fitria lestarianeng tyas. (2023). Pengaruh e-service quality dan brand image terhadap customer loyalty melalui customer satisfaction (studi kasus pada toko dena shoes karangawen).
- Fitria, d., & ramadhan, h. (2021). Kredibilitas influencer dan pengaruhnya terhadap kepercayaan konsumen. *Jurnal ilmu komunikasi nusantara*, 9(2), 56–64.
- Gaspersz, r., pelamonia, m., izaak, d., & yoris, j. (2024). Peran influencer media sosial dalam membentuk opini publik: systematic literature review pada studi kasus di indonesia. In *jurnal badati ilmu sosial & humaniora* (vol. 6, issue 2).
- Ghozali, i. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program ibm spss 26*. Semarang: badan penerbit universitas diponegoro.
- Gobbilla, u., & teja, j. V. (2025). A study on impact of customer review on online purchase decision with amazon. Doi: 10.22161/ijebm.9.3
- Helmi situmorang, s., karina fawzee sembiring, b., & studi magister ilmu manajemen, p. (2024). User generated content (ugc) to visit and purchase intention: literature review (vol. 4, issue 2).
- Idn research institute. (2024). *Indonesia gen z report 2024: understanding and uncovering the behavior, challenges, and opportunities*. Diakses dari <https://cdn.idntimes.com/content-documents/indonesia-gen-z-report-2024.pdf>
- Juliana, d., yunita, i., fajar susanto, b., studi manajemen, p., & ekonomi dan bisnis, f. (2025). Pengaruh teknologi digital terhadap perilaku konsumen di era industri 4.0. In *jurnal mahasiswa ekonomi bisnis jmeb* (vol. 2, issue 1).
- Julianingsih, d., prawiyogi, a. G., dolan, e., & apriani, d. (2021). Utilization of gadget technology as a learning media. *Iaic transactions on sustainable digital innovation (itsdi)*, 3(1), 43–45. Doi: 10.34306/itsdi.v3i1.522
- Kania aisha pasaman, devina heriyanto, william putra utomo, kania aisha pasaman, metha tri rizka, yolanda gloria hutaauruk, & felicia yulianti. (2024). Understanding and uncovering the behavior, challenges, and opportunities.

- Kompas tekno. (2023, 19 oktober). Ada 354 juta ponsel aktif di indonesia, terbanyak nomor empat dunia. Diakses pada 15 oktober 2025, dari <https://tekno.kompas.com/read/2023/10/19/16450037/ada-354-juta-ponsel-aktif-di-indonesia-terbanyak-nomor-empat-dunia>
- Kotler, p., & keller, k. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson education.
- Kurniawan, d. (2022). Penggunaan spss dalam uji validitas dan reliabilitas penelitian sosial. *Jurnal penelitian sosial dan humaniora*, 7(1), 34–42.
- Kusuma, r., & widya, p. (2022). Pengaruh konten review terhadap pembentukan brand image. *Jurnal komunikasi pemasaran indonesia*, 6(1), 44–52.
- Lee, h., park, j., & kim, m. (2023). The impact of parasocial interaction in online product reviews on purchase intention. *Journal of retailing and consumer services*, 72, 103497. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103497>
- Li, y., & sun, m. (2025). The impact of perceived interactivity on purchase intention in interactive video: a cab-based chain mediation model of empathy, immersion, and arousal. *Frontiers in communication*, 10. Doi: 10.3389/fcomm.2025.1615509
- Melati, a. S., yanuar, d., & susilawati, n. (2025). Dampak e-wom dan kepercayaan merek terhadap minat beli something pada gen z. *Jurnal komunikasi global*.
- Merdeka.com. (2025, 13 januari). Survei: gen z ternyata lebih percaya review influencer dibanding iklan tradisional. Diakses pada 19 oktober 2025, dari <https://www.merdeka.com/uang/survei-gen-z-ternyata-lebih-percaya-review-influencer-dibanding-iklan-tradisional-278742-mvk.html>.
- Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d. Bandung: alfabeta. wahyuni, r., & lestari, f. (2025). Pengaruh kredibilitas influencer marketing (expertise, trustworthiness, attractiveness) terhadap minat beli konsumen pada produk fashion lokal. *Syntax literate: jurnal ilmiah indonesia*, retrieved from <https://jurnal.syntaxliterate.co.id/index.php/syntax-literate/article/view/43432>
- Moradi, M., & Zihagh, F. (2022). A meta-analysis of the elaboration likelihood model in the electronic word of mouth literature. In *International Journal of Consumer Studies* (Vol. 46, Issue 5, pp. 1900–1918). John Wiley and Sons Inc. doi: 10.1111/ijcs.12814
- Mudambi, s. M., & schuff, d. (2010). What makes a helpful online review? A study of customer reviews on amazon.com. In *mis quarterly: management information systems* (vol. 34, issue 1, pp. 185–200). University of minnesota. Doi: 10.2307/20721420
- Muh aman, a. Z., negeri makassar nur annisa asa, u., negeri makassar rezki amalia, u., negeri makassar romansyah sahabuddin, u., negeri makassar azlan azhari, u., negeri makassar program studi manajemen, u., ekonomi dan bisnis, f., negeri makassar alamat, u., p pettarani, j. A., rappocini, k., makassar, k., & selatan, s. (2025). Pengaruh influencer marketing dan testimoni pelanggan terhadap keputusan pembelian dengan kepercayaan konsumen pada generasi z di e-commerce (studi pada pengguna e-commerce di kota makassar). 2(3), 353–365. <https://doi.org/10.61722/jrme.v2i3.4516>

- Muh aman, a. Z., negeri makassar nur annisa asa, u., negeri makassar rezki amalia, u., negeri makassar romansyah sahabuddin, u., negeri makassar azlan azhari, u., negeri makassar program studi manajemen, u., ekonomi dan bisnis, f., negeri makassar alamat, u., p pettarani, j. A., rappocini, k., makassar, k., & selatan, s. (2025). Pengaruh influencer marketing dan testimoni pelanggan terhadap keputusan pembelian dengan kepercayaan konsumen pada generasi z di e- commerce (studi pada pengguna e-commerce di kota makassar). 2(3), 353–365. Doi: 10.61722/jrme.v2i3.4516
- Muhammad rifan jungki dausat, & muchsin muthohar. (2023). Pengaruh dimensi kredibilitas influencer: attractiveness, trustworthiness dan expertise terhadap niat membeli pada produk “safi-skincare.” Santri: jurnal ekonomi dan keuangan islam, 2(1), 101–121. Doi: 10.61132/santri.v2i1.205
- Nadeak, J. M. F., Putri, D. D., Gunawan, A. A., Gunawan, A., Fauziah, S., Ziva, F. N., Afifah, L. K., & Sulistiobudi, R. A. (2023). Analisis pentingnya online customer review dalam mempengaruhi keputusan pembelian produk gadget. Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis, 8(2), 251–267. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v8i2.17553>
- Nadeak, j. M. F., putri, d. D., gunawan, a. A., gunawan, a., fauziah, s., ziva, f. N., afifah, l. K., & sulistiobudi, r. A. (2023). Analisis pentingnya online customer review dalam mempengaruhi keputusan pembelian produk gadget. Jurnal nusantara aplikasi manajemen bisnis, 8(2), 251–267. Doi: 10.29407/nusamba.v8i2.17553
- Nakhma’ussolikah, muslimah muslimah, shauma nurul fauzi, & fickly adi kurniawan. (2025). Pemanfaatan gadget dalam mereduksi perilaku sosial terhadap pola komunikasi peserta didik di sekolah menengah pertama. Jurnal pendidikan dan ilmu sosial (jupendis), 3(2), 103–116. Doi: 10.54066/jupendis.v3i2.3139
- Nisa, W. Z. (2024). *Pengaruh Review Product, Rating Store dan E-Serqual Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Generasi Z* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Novita, d., & lina, l. F. (2025). A comparative study of how social media influences the buying motivation of gen y and gen z. Jurnal bisnis strategi.
- Nurbaiti, e., risman, a. N., fuadah, s. L., praya, m. H., syifa, b. N., nugraha, j. T., & tidar, u. (2025). Analisis pengaruh ulasan dalam bisnis online untuk pembelian barang. In journal of governance and public administration (jogapa) (vol. 2).
- Pocchiari, m., proserpio, d., & dover, y. (2024). Online reviews: a literature review and roadmap for future research.
- Pop star media. (2023). Top 10 youtube tech channels in indonesia. Diakses dari www.pop-star.me
- Pratama, p. (2021). Pengaruh parasocial interaction pada minat pembelian. Ideas: jurnal pendidikan, sosial, dan budaya, 7(4), 123. <https://doi.org/10.32884/ideas.v7i4.518>
- Priporas, c. V., stylos, n., & fotiadis, a. K. (2017). Generation z consumers’ expectations of interactions in smart retailing: a future agenda.

- Computers in human behavior, 77, 374–381. Doi: 10.1016/j.chb.2017.01.058
- Radar malang. (2020). Kedungkandang jadi kecamatan terpadat di kota malang. Diakses pada 15 oktober 2025, dari radar malang, <https://radarmalang.jawapos.com/kota-malang/811072182/kedungkandang-jadi-kecamatan-terpadat-di-kota-malang>
- Ratnadilla yasmin salsabil. (2024). Namun, hasil berbeda ditemukan oleh rahmawati dan pratama (2022) yang menjelaskan bahwa tidak semua individu terdorong untuk membeli karena masih muncul keraguan terhadap kejelasan, objektivitas, dan kesesuaian informasi yang disampaikan. Selain itu, syntax literate (2025) mengungkapkan bahwa persepsi terhadap pihak penyampai informasi dapat membentuk keyakinan konsumen,.
- Rolando, B., & Chondro, J. (2025). The influence of customer reviews on trust and online purchase decisions: A systematic literature review. *International Journal of Economics and Business Studies*, 2(1), 1-11. <https://journal.dinamikapublika.id/index.php/IJEBS/article/view/107>
- Rosalia, D. (2025). Strategi komunikasi digital dalam pemasaran: Studi peran media sosial dalam keputusan pembelian konsumen. *Jurnal EMT KITA*, 9(2), 488-499. <https://doi.org/10.35870/emt.v9i2.3851>
- Saeu, oktarina, marsellinus, & isnardono. (2025). Ulasan pelanggan daring dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian di kalangan mahasiswa fia unija (online customer reviews and their influence on purchase decisions among students of fia unija). 2(1). Retrieved from <https://jurnal.universitaskota.ac.id/index.php/jurnal-fia-unija>
- Sahabuddin, r., azhari, a., cahya kamila, i., maharani, r., ahlul dzikry, m., studi manajemen, p., ekonomi dan bisnis, f., & negeri makassar, u. (2025). Pengaruh digital marketing dan online customer review terhadap keputusan pembelian online di kalangan generasi z. Doi: 10.62710/47dft040
- Sanesh pv, & ms primrose enereta rambanepasi. (2025). A study on the impact of tech influencers on consumer gadget purchasing decisions. *International journal of research publication and reviews journal homepage: www.ijrpr.com*, 6, 2026–2033. Doi: 10.5281/zenodo.15532229
- Santoso, s. (2020). Statistik parametrik: konsep dan aplikasi dengan spss. Jakarta: elix media komputindo.
- Sari, f. A., & pratama, e. B. (2022). Pengaruh digital marketing dan social media influencer terhadap niat beli produk fashion pada generasi milenial melalui customer online review di instagram. *Sinomika journal*, 1(3). <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/sinomika/article/download/295/266/585>.
- Sari, r. P., koswara, i., & fuady, i. (2025). Pengaruh ulasan produk terhadap niat pembelian di platform e-commerce shopee. *Comdent: communication student journal*, 2(2), 438–455. <https://doi.org/10.24198/comdent.v2i2.60190>
- Sekaran, u., & bougie, r. (2020). *Research methods for business: a skill building approach* (8th ed.). Wiley..

- Septiani, t., sadat, a. M., si, m., & sari, a. P. (2024). Analysis of consumer purchase intentions on matahari.com in dki jakarta.
- Septiyan, m. R., & arjanto, d. (2024). Memahami karakteristik gen z: kecenderungan remaja usia 17–26 di pilpres 2024. Sukabumiupdate.com. <https://www.sukabumiupdate.com/opini/130901/memahami-karakteristik-gen-z-kecenderungan-remaja-usia-17-26-di-pilpres-2024>
- Siahaan, f. S., beryansyah, b., purnawan, l., hasan, r., & priscillia, a. S. (2025). Impact of influencer endorsement on purchase decision. *International journal of management and digital business*, 4(1), 19–31. Doi: 10.54099/ijmdb.v4i1.1291
- Statista. (2023). Smartphone users in indonesia – market data and usage trends. Sugiyono. (2020).
- Wahda, a., & osman, i. (2021). Parasocial relationship, customer equity, and purchase intention. In *journal of management information and decision sciences* (vol. 24, issue s6).
- Wahyuni, i. (2020). Statistik deskriptif untuk penelitian olah data manual dan spss versi 25. Jakarta: bintang pustaka madani.
- Administrasi bisnis, j. (2025). Ulasan pelanggan daring dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian di kalangan mahasiswa fia unija (online customer reviews and their influence on purchase decisions among students of fia unija). 2(1). Retrieved from <https://jurnal.universitaskabarta.ac.id/index.php/jurnal-fia-unija>
- We are social. (2023). Digital 2023: indonesia. Diakses dari <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023>
- Wu, p., harris, c. A., salavasidis, g., lorenzo-lopez, a., kamarudzaman, i., phillips, a. B., thomas, g., & anderlini, e. (2021). Unsupervised anomaly detection for underwater gliders using generative adversarial networks. *Engineering applications of artificial intelligence*, 104. <https://doi.org/10.1016/j.engappai.2021.104379>
- Yusriman, Fadlillah, & Syafril. (2025). Analisis pengaruh digitalisasi terhadap perilaku konsumen di era modern. *Jurnal Dinamika Sosial Dan Sains*, 2(2), 471-475. <https://jurnalsentral.com/index.php/jdss/article/view/123>