

DAFTAR PUSTAKA

- Accounting, B. U. S. of. (2021). Memahami Analisis Regresi Linear Berganda. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-analisis-regresi-linear-berganda/>
- Akas Pinarangan Sujalu, Imam Nazarudin Latif, Ismail Bakrie, L. A. M. (2021). Statistik Ekonomi 1 (1st ed.). Zahir Publishing. <https://books.google.co.id/books?id=RIAjEAAAQBAJ&lpg=PP1&ots=HKPtM4fM-m&dq=Sujalu+et.al%2C+2021&lr&hl=id&pg=PR2#v=onepage&q&f=false>
- Alamsyah Agit, Hasmawati, Sahurri, Sari Yunus, & Fitriyani Syukri. (2023). Peran Dan Kontribusi Teknologi Dalam Menunjang Potensi Ekonomi Masyarakat Di Wilayah Pedesaan. Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK), 2, 263–271. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.126>
- Amalia, R. N., Dianingati, R. S., & Annisaa', E. (2022). Pengaruh Jumlah Responden terhadap Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan dan Perilaku Swamedikasi. *Generics: Journal of Research in Pharmacy*, 2(1), 9–15. <https://doi.org/10.14710/genres.v2i1.12271>
- Amalia, S. (2023). Ruh Online Customer Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee E Fabric.
- Andriani, D., & Kamaruddin, S. A. (2024). Pemasaran. Inovasi Dan Kreativitas Dalam Ekonomi, 7(1), 140–144. <https://ojs.co.id/1/index.php/ike/article/view/702/833>
- Andriyanti, E., & Farida, S. N. (2022). Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Di Sidoarjo). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11(2), 228–241.
- Anvilla, Z. A. (2024). Pengaruh Strategi Branding Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Ms Glow Di Kota Kediri. Universitas Kediri.

- Bothy Dewandaru, Manuel Goncalves, A. N. R. (2023). Impact Of Digital Marketing, Digital Finance, And Digital Literacy On Business Performance Smes. 3.
- Cnnindonesia. (2023). Apa Itu Affiliator? Ini Pengertian, Manfaat, dan Syaratnya. <https://www.cnnindonesia.com/edukasi/20230927103855-569-1004294/apa-itu-affiliator-ini-pengertian-manfaat-dan-syaratnya>
- Cnnindonesia. (2023). Dominasi Pasar E-Commerce, Shopee Unggul dari Para Pemain Lain. Cnnindonesia. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230626105528-97-966554/dominasi-pasar-e-commerce-shopee-unggul-dari-para-pemain-lain>
- DetikJatim. (2023). Kediri, Kota Tertua di Jawa Timur. <https://www.detik.com/jatim>
- Erwin, S.E., M.M., C.DMP., C., RR Roosita Cindrakasih, SH., M. I. K., Dr. Afrina Sari, M. S., Hita, S.Kom., M. T., Yoseb Boari, S.E., M. S., Loso Judijanto, S.Si., M.M., M. S., & Dr. Andi Caezar To Tadampali, S.E., M. . (2024). Pemasaran Digital Teori dan Implementasi.
- Fatikasari, B. (2024). Pengaruh Affiliate Marketing, Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee (Studi Pada Masyarakat Kota Ponorogo). <https://eprint.unipma.ac.id/2204/>
- Febriana Eka Dewi, Ari Kuntardina, E. A. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi Kasus Mahasiswa STIE CENDEKIA Bojonegoro angkatan 2017). JEMB : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis, 1(2), 90–99.
- Gultom, M. M. B. (2024). Pengaruh Online Customer Review Dan Afiliate Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shope (Studi Kasus : Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan). <https://repositori.uma.ac.id/jspui/handle/123456789/25911>
- Gustiawan, W. D., & Rahayu, B. (2024). Analysis of MSME Digital Marketing Strategy " kripik . t _ mpe " on Instagram. 5(1), 87–93.
- IPrice. (2022). Market insights and rankings.
- Irfani, H., Yeni, F., & Wahyuni, R. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada Ukm Dalam Menghadapi Era

- Industri 4.0. JCES (Journal of Character Education Society), 3(3), 651–659.
- Jannah, M., Wahono, B., & Khalikussabir. (2021). Pengaruh Diskon Flash Sale, Rating dan Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. Jurnal Ilmiah Riset Manajemen, 10(13), 38–51. www.indotelko.com
- Kediri, B. P. S. K. (2022). Pertumbuhan Ekonomi Kota Kediri Tahun 2021. <https://kedirikota.bps.go.id/pressrelease/2022/03/15/282/pertumbuhan-ekonomi-kota-kediri-tahun-2021.html>
- Kediri, B. P. S. K. (2023). Pertumbuhan Ekonomi Kota Kediri Tahun 2022. <https://kedirikota.bps.go.id/pressrelease/2023/03/09/298/pertumbuhan-ekonomi-kota-kediri-tahun-2022.html>
- Kediri, B. P. S. K. (2024). Pertumbuhan Ekonomi Kota Kediri Tahun 2023.
- Kediri, P. K. (2024). Pemerintah Kota Kediri. <https://kedirikota.go.id>
- Kediri, R. (2024). Industri Rokok Bikin Pertumbuhan Ekonomi Kota Kediri Kokoh. <https://radarkediri.jawapos.com/ekonomi/785749000/>
- Kompas.com. (2023). 5 Manfaat Menerapkan Affiliate Marketing. <https://umkm.kompas.com/read/2023/04/17/190000083/5-manfaat-menerapkan-affiliate-marketing-untuk-bisnismu>
- Kurniawan, A., & Nugroho, R. (2022). Perilaku Konsumen E-Commerce di Era Digital: Studi pada Platform Shopee.
- Kurniawati, D., Saleh, S., & Ramadiah, V. (2024). Pengaruh Shopee Affiliate Program Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIR). Management Studies and Entrepreneurship Journal, 5(2), 8024–8032. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Makagansa, M. C., Pandowo, M. H. C., & Wangke, S. J. C. (2024). The Impact Of Online Visual Merchandising And Affiliate Marketing For Clothing Product On Shopee Customer Purchase Decision Pengaruh Merchandising Visual Online Dan Pemasaran Afiliasi Terhadap Jurnal Emba Vol . 12 , No . 4 December 2024 , Hal . 854-864. 12(4), 854–864.
- MalangHits. (2023). Sejarah Kota Kediri, Pusat Kekuasaan dan Peradaban Penting di Jawa Timur. <https://malanghits.pikiran-rakyat.com>

- Muhammad, G. (2024). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Penggunaan Paylater terhadap Impulse Buying pada Pengguna e-commerce Shopee (Studi Kasus Generasi Z di Kota Jambi) [Universitas Jambi]. <https://repository.unja.ac.id/63454/>
- Nadia, J. (2023). Pengaruh Affiliate Marketing, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Shopee.
- Newsroom, J. (2024). Sukses Tumbuhkan Ekonomi Kreatif, Kota Kediri Terpilih Jadi Fokus Riset Breda Provinsi Jatim. <https://kominfo.jatimprov.go.id/berita/sukses-tumbuhkan-ekonomi-kreatif-kota-kediri-terpilih-jadi-fokus-riset-breda-provinsi-jatim>
- Nofiana, L., & Wardani, R. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nabati Siip Pada Pt. Pinus Merah Abadi Di Sampit. *Urnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(2), 127–137.
- Noviani, S. R., & Siswanto, T. (2022). Pengaruh Online Consumer Review, Rating, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Milenial Marketplace Shopee Di Jakarta Selatan. *Jurnal Inovasi Manajemen Bisnis*, 1(1), 17–28.
- Nur Laely & Angga Rizka Lidiawan. (2022). *Metodologi Penelitian Menyiapkan Penelitian dan Menulis Karya Ilmiah* (A. Suryadin & K. La Nani (eds). Yayasan Wiyata Bestari Samasta.
- Rahayu, A. P., Satriyono, D. G, (2024). Ajeng Puji Rahayu, Gandung Satriyono, Meme Rukmini Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prodi Manajemen, Universitas Kadiri. mi.
- Rahman, F. (2022). Praktik Affiliate Marketing pada Platform E-commerce dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah. *Istidlal: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*, 6 (1), 24–37. <https://doi.org/10.35316/istidlal.v6i1.407>
- Ravindra Safitra, Agus Sriyanto, Yugi Setyarko, Hakam Ali Niazi, Elizabeth, R. A. V. (2024). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish Digital.
- Regional, K. (2022). Sejarah Kota Kediri, Daerah Terbesar Ketiga di Jatim yang Berjuluk Kota Tahu. <https://regional.kompas.com>
- Ruhamak, M. D., & Rahmadi, A. N. (2022). Pengaruh E-Wom, Reputasi dan Webqual Terhadap Keputusan Konsumen pada Pengguna Lembaga Kursus Bahasa Inggris. *Warmadewa Economic Development*

- Journal (WEDJ), 5(2), 54–66.
<https://doi.org/10.22225/wedj.5.2.2022.54-66>
- Salsabila, A., Maduwinarti, A., & Pratiwi, N. M. I. (2024). Pengaruh Influencer Review, Affiliate Marketing Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi Kasus Pada Micro Influencer). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akutansi*, 2(8), 467–473.
- Satriyono, G., Rukmini, M., Prihardini, O. W., & Mayciella So. (2024). Pelatihan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Siswa Untuk Berwirausaha Pada Mitra SMK Tunas Bangsa. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 8(1), 155–159.
<https://doi.org/10.37859/jpumri.v8i1.6638>
- Setiono, E. A. (2020). Fasilitas UMKM Menjadi e- Marketplace, Pemkot Kediri Gandeng Platform Digital. *Jatim Times Network*.
<https://jatimtimes.com/baca/221866/20200826/013300/fasilitas-umkm-menjadi-e-marketplace-pemkot-kediri-gandeng-platform-digital>
- Siregar, A., Hasibuan, M. I., Amin, M., Harahap, J. M., & Elvisyahfri, S. P. (2022). Pengaruh Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Al-Washliyah Labuhanbatu). *Jurnal EK&BI*, 5(2), 2620–2443.
<https://doi.org/10.37600/ekbi.v5i2.699>
- Statista. (2023). Market share and growth in Southeast Asia.
<https://www.statista.com>
- Sugiyono, P. D. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. ALFABETA cv.
- Sutandi, M., Fauzi, A., Caesar, L., Putri, N. N., Shava Viola, D., Rhamadina, O., Putri, I., & Abrar, Z. (2024). Analisis peran Affiliate Marketing dalam Membangun Kepercayaan Pelanggan (Literatur Review Jurnal). *Dinasti Review*, 5(3), 197–207.
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Tae, F. S., Yuliari, K., Yudiarto Perdana Putra, & Kristanti, D. K. (2021). Pengaruh Stres Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Bagian Administrasi Dan Pergudangan Dipt. Surya Sawit Sejati Kalimantan Tengah. *Borneo in the Cold War, 1950–1990*, 2, 157–199. <https://doi.org/10.4324/9781315693200-6>

Tan. (2021). Digital Transformation of E-Commerce in Southeast Asia: A Case Study of Shopee.

Timur, K. J. (2023). Sukses Tumbuhkan Ekonomi Kreatif, Kota Kediri Terpilih Jadi Fokus Riset BRIDA Provinsi Jatim. <https://kominfo.jatimprov.go.id/berita/sukses-tumbuhkan-ekonomi-kreatif-kota-kediri-terpilih-jadi-fokus-riset-brida-provinsi-jatim%0A%0A>

Ummiyah, F. (2024). Pengaruh Affiliate Marketing, Online Customer Review Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Fashion (Studi Pada Mahasiswa/I Kota Malang Pengguna Shopee). Universitas Islam Negeri (Uin) Maulana Malik Ibrahim Malang.

Vindy Zalfa, K., & Indayani, L. (2024). Analysis Of Live Streaming, Electronic Word Of Mouth (E-WOM) And Affiliate Marketing On Purchasing Decision For Fashion Trend Products At The Shopee Marketplace (Case Study Of Shopee Users) Analisis Live Streaming, Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Dan Aff. Management Studies and Entrepreneurship Journal, 5(1), 1291–1305. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>