

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, W., Permatasari, B., & Putri, A. D. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Tiktok Shop. *Jurnal Technobiz*, 6(2), 86–96.
- Arbaini, P. (2020). Pengaruh Consumer Online Rating Dan Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace Tokopedia. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7(1), 25–33. <https://doi.org/10.26905/jbm.v7i1.3897>
- Bambang, S., & Abdur, R. (2019). Implementasi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku Umkm Pamokolan Ciamis. *Jurnal PRODUKTIF*, 3(2), 254–261. <http://www.journal.umtas.ac.id/index.php/produktif/article/view/669>
- Damayanti, R. S. (2019). Pengaruh Online Customer Review and rating, E-Service Quality dan Price terhadap Minat Beli pada Online Marketplace Shopee (Studi Empiris pada Mahasiswa Muhammadiyah Magelang). *Prosiding 2nd Business and Economics Conference In Utilizing of Modern Techonolgy*, 684–693.
- Doni Marlius, & Kesy Noveliza. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Converse Pada Toko Babee.Shopp Padang. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 2(1), 255–268. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v2i1.1251>
- Kalangi, N. J., Tamengkel, L. F., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 44. <https://doi.org/10.35797/jab.8.1.2019.23499.44-54>.
- Khasanah, Syaidatul, Nurhidayah Nurhidayah, and Sulton Sholehuddin. "Pengaruh Online Customer Review, Keamanan Bertransaksi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Skintific Pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Angkatan 2020-2022 Universitas Islam Malang)." *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen* 12.02 (2023).
- Kurniawati, putri. (2017). No Title تراز الاب ك تروذي الاب. على ت تغذى جراث م..الإلا ك تروذي الاب. In *Universitas Nusantara PGRI Kediri* (Vol. 01).
- Lestiyani, Dhea Nofa, and Sugeng Purwanto. "Analisis Pengaruh Influencer Marketing dan Brand Love terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 5.2 (2024): 886-898.

- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Prasetyo, R., & Arista, A. (2018). Penerapan Kualitas Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Oleh Konsumen Pada Pt Putera Karyasindo Prakarsa Batam. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 6(2). <https://doi.org/10.33884/jimupb.v6i2.680>
- Safrillia, Dea, Rois Arifin, and Ety Saraswati. "Pengaruh Digital Marketing, Customer Review, dan Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Apikasi Shopee (Studi Mahasiswa Pengguna Aplikasi Shopee Universitas Islam Malang)." *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen* 13.01 (2024): 501-510.
- Sahir, S. H., 2021. Metodologi Penelitian. Penerbit KBM Indonesia
- Santosa, S., & Luthfiyyah, P. P. (2020). Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan di Gamefield Hongkong Limited. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1), 1–7.
- Sugiyono., 2021. Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan r&d. Bandung: Alfabeta
- Willy, W. (2018). Analisis Fashion Brand Terhadap Perilaku Konsumen Wanita Pengguna Sosial Media Di Surabaya Barat. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(1), 130.
- Yutadi, K. (2014). Pengaruh persepsi privasi, persepsi keamanan, persepsi kepercayaan, persepsi risiko, persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan e-commerce (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).

