

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Fatah. (2021). Pengaruh Motivasi Kerja Dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Bagian Umum Dan Kepegawaian Sekretariat DPRD Provinsi Banten. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial*, 1(2), 176–189.
- Dwijantoro, R., Dwi, B., & Syarief, N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 63. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.162.392>
- Emili Martines Toji. (2024). Pengaruh Online Customer Review, Brand Image, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Skintific Di Tiktok Shop. *Economics and Digital Business Review*, 4(1).
- Fajar MB; RD. Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Tokopedia di Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk. *J Manag Bus* 2022;6:666–80. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2109>.
- Faradita PA, Widjajanti K. Pengaruh *Online Customer Review*, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia. *Solusi* 2023; 21(130). <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i2.6333>.
- Hayati Ramadhani NA. Pengaruh Persepsi Harga, *Brand Equity*, *Viral Marketing*, *Brand Ambassador*, *Review Produk*, dan *Customer Relationship*, Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Skintific di Tiktok Shop. *J Ekon Manaj Dan Akunt “Mufakat”* 2023; 2: 703–17.
- Julian Andrew & Erdiansyah, R. (2021). Analisis Pengaruh E-Wom , Online Review , Dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Beli Di Market Place Tokopedia. *Jurnal UNTAR*, 5(1).
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran* (Milenium). Prenhalindo.
- Larasati, L. D., Adriansyah, M. A., Dwi, D., Rahmah, N., Psikologi, P. S., Ilmu, F., Politik, I., & Mulawarman, U. (2021). *Pengaruh Motivasi Kerja dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Karyawan*. 9(4), 783–798. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo>
- Lestiyani DN, Purwanto S. Analisis Pengaruh *Influencer Marketing* dan *Brand Love* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Skintific. *El-Mal J Kaji Ekon Bisnis Islam* 2023; 5: 886–98. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i2.5513>.

- Marissa Grace, H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta.*, 21(134), 31–38.
- Mochammad Chabachib MIA. Determinan Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderasi. Semarang: UNDIP Press; 2020.
- Mulyadi MN. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lapis Talas Kujang Bogor untuk Keperluan Usaha Waralaba. *J Ilm Manaj Kesatuan* 2022;10:511–8. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i3.1539>.
- 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.
- Oktaviani BR, Estaswara BH. Pengaruh Electronic Word Of Mouth (eWOM) di Media Sosial Twitter @avoskinbeauty Terhadap Keputusan Pembelian Avoskin. *J Publ (Basic Appl Res Publ Commun* 2022; 1: 10–24. <https://doi.org/10.35814/publish.v1i1.3492>.
- Pransiska LA, Sumartik S, Sari HMK. Peran Kualitas Produk, *Online Customer Review*, Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Pada Tiktokshop. *J Econ Bussines Account* 2024;7:3619–27. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i2.9055>.
- Prasetyo, B; Azura, A. (2023). Pengaruh Terpaan Ads Instagram dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Nitro Ventura (The Effect of Instagram Ads Exposure and Price on the Purchase Decision of Nitro Ventura Products). *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen(JAKMAN)*, 4(4).
- Pratama CAZ, Dewi RS, Wijayanto A. Pengaruh *Viral Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Wardah melalui *Brand Awareness* sebagai Variabel Intervening (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang). *J Ilmu Adm Bisnis* 2022;11:59–69. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.33406>.
- Pratama, N. B., & Deniesa, S. (2023). Legal Protection for Tik Tok Shop Buyers: Comparison between China and Indonesia. *Indonesian Comparative Law Review*, 5(2), 75–89. <https://doi.org/10.18196/iclr.v5i2.17298>
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(2), 150–160. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.473>

- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah, F. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.47065/jbe.v1i1.56>
- Risma Nurfadillah dan Riski Wahyuning. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Di Yogyakarta. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 8(3), 272–284.
- Sarpiana, S., Maszudi, E., Hamid, R. S., Dewintari, P., & Wardani, K. P. (2023). Pengaruh *Viral Marketing*, Media Pemasaran Online, Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Tiktokshop. *Jesya*, 6(2), 1359–1367. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1060>
- Sinaga RPYB, Hutapea JY. Analisis Pengaruh *Brand Image*, Harga, Dan *Review Product* Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Wardah pada Mahasiswa Unai. *J Intelektiva* 2022;3:12–25.
- Ulul Azmi, Efriyani Sumastuti, Bayu Kurniawan. Analisis Keputusan Pembelian di *Marketplace*. *Mamen J Manaj* 2023;2:285–97. <https://doi.org/10.55123/mamen.v2i2.1845>.
- Wibowati, J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Muarakati Baru Satu Palembang. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 15–31. <https://doi.org/10.36546/jm.v8i2.348>
- Widodo S, Ladyani F, Asrianto LO, Rusdi, Khairunnisa, Lestari SMP, et al. Buku Ajar Metode Penelitian. Pangkalpinang: CV Science Techno Direct; 2023.
- Widya CA, Rptiono S. Pengaruh *Online Consumer Review* Dan *Viral Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Consumer Trust Sebagai Intervening (Studi Pada Pengguna Instagram Di 1 Kecamatan Kebumen). *J Ilm Mhs Manajemen, Bisnis Dan Akunt* 2019;1:76–84. <https://doi.org/10.32639/jimmmba.v1i1.392>.
- Nurriqli, A., Efendi, B., Arief, I., Purnomo, H., & Rokhmawati, D. (2024). Peran WOM Dan Persepsi Harga Dalam Keputusan Pembelian Produk Herbalife. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 5754–5761.
- Prasetya, S. A. P., Aliami, S., & Leksono, P. Y. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Serta Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus Sudiro Tungga Jaya Rute Ponorogo-Tangerang. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 6(1), 623–628.

- Purnomo, H. (2023). Peran Harga, Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Lotus Garden & Resort Kediri. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 6(2), 48–62. <https://doi.org/10.15642/manova.v6i2.1334>
- Reta, T. A., & Leksono, P. Y. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Lemonilo. *Prosiding Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 1, 437–443.
- Sari, N. K., Aliami, S., & Leksono, P. Y. (2023). Analisis Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Pada Kafe Griyo Nganjuk