

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, M., Minarti, A., & T, U. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Toko Sulawesi Soppeng. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen Dan Akuntansi)*, 5(1), 49–56. <https://doi.org/10.57093/metansi.v5i1.156>
- Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *JMPIS: Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Amelia, R., Andrian, A., & Sumantyo, F. D. S. (2023). Dampak Store Atmosphere, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sociolla Di Summarecon Mall Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(9), 2482–2501. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.828>
- Arikunto, S. (2020). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Asti, E. G., & Ayuningtyas, E. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Bahri, S. (2018). *Metodelogi Penelitian Bisnis : Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS* (1st ed.). Andi Offset.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.
- Christina, O., Samari, & Sardanto, R. (2022). Analisis Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Kaki Empat Petcare. *SENMA (Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri)*, 7, 295–302. <https://doi.org/https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/2173>
- E-wom, P., Label, K., Kredibilitas, D. A. N., & Putri, S. R. (2024). *Influencer Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Pada Industri Kosmetik Dan Label “Tasya Farasya Approved .”* 511–524.
- Fauzi, S., & Lina, L. F. (2021). Peran Foto Produk, Online Customer Review, Online Customer Rating Pada Minat Beli Konsumen Di E-commerce. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 21. <https://doi.org/10.24853/jmmb.2.1.21-26>

- Fitri, Z. A., & Haryanti, N. (2020). *Metodologi Penelitian Pendidikan : Kuantitatif, Kualitatif, Mixed Method, dan Research and Development* (1st ed.). Madani Media.
- Hamdat, A. (2020). *Buku Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen, Manajemen Dan Strategi Pemasaran Dalam Bisnis* (Issue September 2020).
- Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2020). Analisis Pengaruh *Online Customer Review, Online Customer Rating*, dan *Star Seller* terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko Online di Shopee Halila. *Proceedings of the 6th International Workshop on Multimedia Data Mining, MDM '05: Mining Integrated Media and Complex Data*, 9(2), 71–78. <https://doi.org/10.1145/1133890.1133898>
- Hastriana, A. Z., & Wildani, A. R. B. (2023). Pengaruh *Customer Rating*, Promosi *Flash sale*, COD, dan Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian di *Marketplace Shopee*. *Alkasb: Journal of Islamic Economics*, 2(2), 86–100. <https://doi.org/https://doi.org/10.59005/alkasb.v2i2.178>
- Hastuti, M. A. S. W., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pemilihan Tempat Kos Mahasiswa di Tulungagung). *ECOBUSS*, 8(2), 99–102. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v8i2.622>
- Heryanto, I., & Triwibowo, T. (2018). *Path Analysis Menggunakan Spss Dan Excel Panduan Pengolahan Untuk Skripsi/Tesis*. Penerbit INFORMATIKA.
- Ilmiah, J., Ilmu, M., Haryati, R., & Bisnis, A. (2024). *Analisis Perilaku Belanja Online Generasi Z*. 18(April).
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace Shopee* Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42. <https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>
- Kalangi, N. J., Tamengkel, L. F., & Walangitan, O. F. C. (2019a). Pengaruh Celebrity Endorser Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 44. <https://doi.org/https://doi.org/10.35797/jab.8.1.2019.23499.44-54>
- Kalangi, N. J., Tamengkel, L. F., & Walangitan, O. F. C. (2019b). 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>
- Kamisa, N., Putri, A. D., & Novita, D. (2022). Pengaruh *Online Customer Review* Dan *Online Customer Rating* Terhadap Kepercayaan Konsumen (Studi kasus: Pengguna *Shopee* di Bandar Lampung). *Journals of Economics and Business*, 2(1), 21–29. <https://doi.org/10.33365/jeb.v2i1.83>

- Komariyah, D. I. (2022). Pengaruh *Online Customer Rievew* dan *Rating* Terhadap Minat Pembelian *Online Shopee* (Studi Kasus Pada Santri Putri Pondok Pesantren Salafiyah Syafi'iyah Seblak Jombang). *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 4(2), 343–358. <https://doi.org/https://doi.org/10.33752/bima.v4i2.5551>
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh *Online Costumer Review* dan *Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla. *Jurnal Mirai Managemnt*, 6(1), 139–154.
- Lenggihunusa, A. Y., Sanadi, E., Raharja, S. J., Auliana, L., & Hakim, M. A. (2024). Analisis Penggunaan *Live Transaction Tiktok* Dalam Mendorong Minat Beli Konsumen Skintific. *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(1), 359. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i1.995>
- Liansari, D. N., Samari, & Sardanto, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko An Nur. *SENMEA: Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akutansi*, 7(1), 539. <https://doi.org/https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/2031/1752>
- Nurlaily Suwondo M., & Andriana, A. N. (2023). Pengaruh *Online Customer Review*, *Content Marketing* Dan *Brand Love* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada *Platform Tiktok Shop*. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), 1205–1226. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i3.3510>
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif (Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif)* (A. Q. Machali (ed.)). Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, 2(2), 476–490. <https://doi.org/https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.326>
- Marpaung, F. K., S, M. W. A., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen*, 7(1). <https://doi.org/https://www.ejournal.lmiimedan.net/index.php/jm/article/view/134>
- Mendur, M. E. M., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Immanuel Sonder. *Jurnal Emba*, 9(3), 1079.

- Meviyawati, N. A., Samari, & Sardanto, R. (2024). Pengaruh E-Wom, Harga, Dan Kualitas Prouk Terhadap Minat Beli The Originote Hyalucer Moisturizer Pada Gen Z Di Kab. Nganjuk. *SIMANIS: Simposium Manajemen Dan Bisnis III*, 3, 471–480. <https://doi.org/https://doi.org/10.29407/be1c4t82>
- Mirna Sari, N. A., Sakti, D. P. B., & Mulyono, L. E. H. (2022). Pengaruh Viral *Marketing* Dan *Online Customer Review* Menggunakan Media *Tiktok* Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whittening. *Unram Management Review*, 2(2), 181–191. <https://doi.org/10.29303/ju.v2i2.258>
- Muchson, M. (2016). *Metode Riset Akuntansi* (Guepedia (ed.)). Guepedia.
- 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.
- Novianti, 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 (JIMB)*, 1(1), 17–28. <https://doi.org/Pengaruh Online Consumer Review, Rating, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Milenial Marketplace Shopee Di Jakarta Selatan>.
- Nuraeni, Y. S., & Irawati, D. (2021). Pengaruh *Online Customer Review, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ubsi). *Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(4), 439–450. <https://doi.org/10.35145/procuratio.v9i4.1704>
- Nurrahma, A., Samari, & Sardanto, R. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cv Nagha Asmara. *SIMPOSIUM: Simposium Manajemen Dan Bisnis II*, 2, 151–159. <https://doi.org/https://doi.org/10.29407/vh84h240>
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Widya.
- Permata Sari, D. (2021). Aktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.463>
- Pinasty, W. A., & Habib, M. A. F. (2024). Pengaruh Harga, Promosi, dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Marketplace Shopee* pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2019-2022. *TRILOGI: Jurnal Ilmu Teknologi, Kesehatan, Dan Humaniora*, 5(1), 9–19. <https://doi.org/10.33650/trilogi.v5i1.7299>

- Priadana, H. M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.
- Priyastama, R. (2017). *Buku Sakti Kuasai SPSS Pengolahan Data & Analisis Data*. Start Up.
- Purwatiningsih, Kusuma, A. B., Aprillia, F., & Safria, D. (2023). Analisa Promosi Free Biaya Kirim, *Online Consumer Rating* dan Panic Buying *Tiktok* Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Management & Business*, 6(1), 615–624. <https://doi.org/https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/3811>
- Rarung, J., Lumanauw, B., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, dan *Customer Trust* Terhadap *Customer Purchase Decision* Fcoffe & Roastery Manado. *Jurnal EMBA*, 10(1), 891–899.
- Riskitasari, D. R., & Sardanto, R. (2023). Analisis Pengaruh Citra Merek, Tingkat Kualitas Produk, Dan Kebijakan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Umkm Niky Coklat. *SIMANIS: Simposium Manajemen Dan Bisnis III*, 2, 693–701. <https://doi.org/https://doi.org/10.29407/54wpd733>
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati (ed.)). KBM Indonesia.
- Sani, F. (2017). *Metodologi Penelitian Farmasi Komunitas Dan Eksperimental : Dilengkapi dengan Analisis Data Program SPSS*.
- Saputri, N. P., & Maya, S. (2024). Pengaruh Media Promosi *Tiktok* Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan Produk Di *Tiktok Shop*. *Journal of Fundamental Management (JFM)*, 4(1), 1. <https://doi.org/https://doi.org/10.22441/jfm.v4i1.23161>
- Sihotang, H. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Pusat Penerbitan dan Pencetakan Buku Perguruan Tinggi Universitas Kristen Indonesia Jakarta*. UKI PRESS. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (1st ed.). Literasi Media Publishing.
- Soesana, A., Subakti, H., Karwanto, Fitri, A., Kuswandi, S., Sastri, L., Falani, I., Aswan, N., Hasibuan, F. A., & Lestari, H. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (A. Karim (ed.)). Penerbit Yayasan Kita Menulis.
- Sri Wdyanti Hastuti, M. A., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 99–102. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v8i2.622>
- Sudirjo, F., Wahyuningsih, D., Wijayanto, G., & Wahyono, D. (2024). Teori Perilaku Konsumene & Strategi Pemasaran. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1).

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Sulistiyono. (2020). Manajemen pemasaran: Definisi Manajemen Pemasaran. In *Liberty, Yogyakarta*. (Issue December).
- Surindra, B., Widyaningrum, B., & Zulistiani. (2017). *Statistiska Teori & Praktik SPSS*. CV Azizah Publishing.
- Syahidin, & Adnan. (2022). Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon. *GPJER: Gajah Putih Journal of Economics Review*, 4(1), 20–32. <https://doi.org/10.55542/gpjer.v4i1.209>