

## DAFTAR PUSTAKA

- Adri, N. H. (2018). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Buku Togamas Kota Malang. In *MMW-Fortschritte der Medizin* (p. 112).
- Ahmad, S., Sultana, N., Jamil, S. (2020). 'Considerations for Constructing and Validating Biology Achievement Test at Secondary Level', *US-China Education Review B*, 10(1), pp. 13–25.
- Ali, H., & Widodo, A. (2022). Determinasi Komunikasi Pemasaran: Analisis Iklan, Personal Selling Dan Public Relation. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 796-804.
- Amalia, K., & Nurlinda, R. A. (2022). Pengaruh Influencer Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Purchase Intention Melalui Perceived Value Produk Serum Somethinc. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 1(11), 2383-2398.
- Amalia, R. N., & Dianingati, R. S. (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.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Bisnis (JAB), 61(1), 1–191. Consumer Review Terhadap Trust Dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi*
- Darsana, I. M., Rahmadani, S., Salijah, E., Akbar, A. Y., Bahri, K. N., Amir, N. H., & Nugroho, A. (2023). *Strategi Pemasaran*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Effendi, Usman, (2016). *Psikologi Konsumen*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. Fifteenth Edition.
- Firdayanti, A., Putri, D. A., Risuandi, D., & Ramadhini, R. N. (2022). Literature review keputusan pembelian melalui minat beli: promosi dan endorsement. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 191-200.
- Firmansyah, A., & Martono, B. A. (2023). Impak Digital Marketing, Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Dan Pengaruh Produk Kompetitor Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada PT. DIGITAL CERBERUS INDONESIA). *Media Bina Ilmiah*, 18(5), 1141-1152.
- Fitriana, R., & Lestari, N. (2021). Kemampuan Personal Selling Pemandu Wisata di Nusa Tenggara Barat. *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*, 7(1), 18-28.

- Ghoni, M. A., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Brand Image, Online Customer Review dan Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 14-22.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69-72.
- Gunawan, I. (2016). Metode penelitian kuantitatif. *Retrieved June, 7, 2017*.
- Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2021). Analisis pengaruh online customer review, online customer rating, dan star seller terhadap kepercayaan pelanggan hingga keputusan pembelian pada toko online di Shopee. *Jurnal Teknik ITS*, 9(2), A234-A239.
- Hendryadi, H. (2017). 'Validitas Isi: Tahap Awal Pengembangan Kuesioner', *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(2), pp. 169–178.
- Heri, H., Sudarno, S., & Yusrizal, Y. (2022). Pengaruh Store Atmosphere Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening Pada Martin Store Pekanbaru. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(4), 2486-2497.
- Herlina, N., Susanti, Y., & Ramadhan, A. E. (2021). Analisis Pengaruh Faktor Pribadi dan Budaya Terhadap Keputusan Pembelian. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(3), 210-216.
- Hudani, A. (2020). Pengaruh faktor budaya, faktor social, dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 99-107.
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS. Kanitra, A. R., & Kusumawati, A. (2018). Pengaruh Country Of Origin Dan Online Keputusan Pembelian Secara Online Pada Marketplace Shopee.
- Kotler, P. & Keller, L.K. 2016. *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2010). Pemasaran. *Jakarta: Erlangga*.
- Kwan, O. G. (2016). Pengaruh Sales Promotion Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening Pada Planet Sports Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(1), 27-34.

- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online Costumer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla. *Jurnal Mirai Management*, 5(3), 139-154.
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi strategi promosi produk dalam proses keputusan pembelian melalui digital marketing saat pandemi covid'19. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 23-31.
- Ling, C. K., Bin Daud, D., Hoi Piew, T., Keoy, K. H., & Hassan, P. (2011). Perceived Risk, Perceived Technology, Online Trust for the Online Purchase Intention in Malaysia. *International Journal of Business and Management*, 6(6), 167–182.
- Machmed, G. T., & Ritonga, W. (2021). Pengaruh harga dan customer review terhadap minat beli produk. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 4(2), 373-380.
- Nasution, Y. (2017). Pengaruh Personal Selling Dan Distribusi Terhadap Kuantitas Penjualan Pada PT. Karya Jaya Sukses Prima. *Jurnal Manajemen*, 1(2), 15-28.
- Ningsih, E. S. P. (2019). Pengaruh Rating dan Online Customer Review Terhadap on Purchase Intention in Online Marketplace. *Advances in Economics, Business and marketing*.
- Nurliyanti, N., Susanti, A. A., & Hadibrata, B. (2022). Pengaruh Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Strategi Marketing Manajemen). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 2(2), 224-232.
- Pasaribu, E. P. (2014). Faktor-Faktor Sukses Dalam Proses Personal Selling. *Faktor-faktorSukses Dalam Proses Personal Selling*.
- Permana, D. I. (2017). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lantai Kayu dan Pintu PT. Piji Di Jawa Timur. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 2(1), 116-123.
- Pittsburgh Sleep Quality Index ( Psqi ) Versi Bahasa Indonesia Dalam Mengukur', *Jurnal Lngkungan dan pembangunan*, 3(2), pp. 30–38.
- Prastowohadi, T. (2020). The Effect of Product development and Promotion on Increasing in Sales volume at The Mentari Convection company in Klaten, Indonesia. *International Journal Administration Business & Organization*, 1(3), 36-46.

- Rahayu, A., Utama, D. H., & Novianty, R. (2021). The Impact of Online Customer Reviews on Purchase Intention in Online Marketplace. In *5th Global Conference on Business, Management and Entrepreneurship (GCBME 2020)*. (471-477). Atlantis Press.
- Rahmawati, F., & Merlina, N. (2018). Metode Data Mining Terhadap Data Penjualan Sparepart Mesin Fotocopy Menggunakan Algoritma Apriori. *PIKSEL: Penelitian Ilmu Komputer Sistem Embedded and Logic*, 6(1), 9-20.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sukmawati, N. M. H. and Putra, I. G. S. W. (2019). 'Reliabilitas Kusioner
- Suryani, M., Adawiyah, N. N., & Syahputri, E. B. (2022). Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Sociolla Pada Masa Pandemi Covid-19. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(1), 49-74.
- Suryani, Tatik. (2012), *Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sumantri, B. A., Adawiyah, W. R., & Banani, A. (2023). Analysis Of Dynamic Capability Of Managers During The Covid-19 Pandemic Cooperative Village Units In The Mataraman Region, East Java. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 8(1), 191-200.
- Sumantri, B. A., Suliyanto, & Darmawati D. 2023. The Competitive Strategy of the Village Unit Cooperative: Capability and Innovation Performance Towards Competitive Advantage. *Corp Bus Strateg Rev* 2023; 4: 206–17.
- Sumantri, B. A., Suliyanto, S., & Darmawati, D. (2023). Village Unit Cooperatives on Dynamic Capability and Creative Capability Adaptation to Innovation Performance: The Role of Competitive Advantage. *Qubahan Academic Journal*, 3(4), 245-261.
- Tarigan, J. (2021). The effect of personal selling on product purchase decision in Sibolang Durian. *Jurnal Global Manajemen*, 10(1), 90-109.
- Thompson, A. A., & Peteraf, M. A. (2016). *Crafting and executing strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings*. McGraw-Hill Education.
- Tjiptono, F. (2010). *Manajemen Pemasaran: Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Tugiso, I., Haryono, A. T., & Minarsih, M. M. (2016). Pengaruh relationship marketing, keamanan, kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian online shop dan loyalitas konsumen sebagai variabel intervening

(Studi kasus pada onlineshop “Numira” Semarang). *Journal of management*, 2(2).

Ulfaida, I. N., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2023). Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Toko Terhadap Minat Pembelian Produk Whitelab Di Marketplace Tokopedia Pada Generasi Y. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 5743-5755.

Umam, K. (2019). Manajemen organisasi. Bandung : CV Pustaka Setia.

Warindrasti, R., & Pratama, A. A. N. (2021). Mampukah kepuasan konsumen memediasi pengaruh personal selling, direct selling dan nilai-nilai Islam terhadap loyalitas nasabah?. *Journal of Management and Digital Business*, 1(1), 25-36.

Widiyanto, Joko. 2012. *SPSS For Windows*. Surakarta: Badan penerbit-FKIP Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Winasis, C. L. R., Widianti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 399-410.

Yohanes, M. R. (2020). *Online Customer Review dan Sales*

Yuliana, Y., Lisa, L., Nancy, N., Chandra, W., & Aigan, W. (2019). Analisis Penerapan Promosi Pada PT. Adam Dani Lestari Medan. In *Seminar Nasional Teknologi Komputer & Sains. SAINTEKS* : Vol. 1, No. 1.