

## DAFTAR PUSTAKA

- Abi, Y. I. (2020). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada KFC di Kota Bengkel. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol.15, No(E-2685-6654), 95–107. <https://doi.org/10.33369/insight.15.1.95-107>
- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022a). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, VOL.6(No.3), 38–51. <https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/2271/1145>
- Ambarwati, O. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Brand Image terhadap Purchase Intention Produk Nature Republic. *Journal Volatilitas*, Vol 2, No 2 (2020): *Volatilitas-Jurnal Manajemen, Keuangan, Pemasaran, SDM, dan Operasi*.
- Antonia, M., & Alexander. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Harga , dan *Online customer review* Terhadap Minat Beli Marketplace Blibli ( Studi Kasus Pada Pelanggan di Kota Tangerang ). *Journal Buddhi Dharma*, 2(Vol. 2 No. 2 (2022): Prosiding: Ekonomi dan Bisnis), 1–10.
- Ariella, I. R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, Volume 3,.
- Auliya, Z. F., & Na'iim, J. A. (2021). Pengaruh *Online customer review*, Label Halal, dan Country Of Origin terhadap Minat Beli. *Jurnal STIE Semarang*, Vol.13(No.3), 104–115. <https://jurnal3.stiesemarang.ac.id/index.php/jurnal/article/view/526/346>
- Ayu Rizaty, M. (2022). *pengguna Twitter di Indonesia mencapai 18,45 juta pada 2022*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-twitter-di-indonesia-capai-1845-juta-pada-2022>
- Ayu Rizaty, M. (2023). *pengguna internet di Indonesia telah mencapai 212 juta pada Januari 2023*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023>
- Baihaky, S., Yogatama, A. N., & Mustikowati, R. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokkebi Snacks Malang. *Jurnal Ilmu Sosial*, Vol.1(Nol. 2). <https://bajangjournal.com/index.php/JISOS/article/view/1643/1309>
- Cahyani, N. L., & Hidayat, W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Makanan, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rm. Rindang 84 (Studi Pada Konsumen Rm. Rindang 84 Cabang Pati). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol.9(No.3). <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28102>
- Candra, B. F., & Suparna, G. (2019). Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Niat Beli. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6638. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p13>
- Chaniago, R. M. T., Widayanto, & Farida, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Asus Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol12(No.1), 165–174.

<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>

- Daga, R. (2019). *Buku 1, Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (Issue May 2017).
- Dapas, C. C., Sitorus, T., Purwanto, E., & Ihalauw, J. J. O. I. (2019). The Effect of Service Quality and Website Quality of Zalora.com on Purchase Decision as Mediated by Purchase Intention. *Quality Management, Vol.20*(No.169), 87–92. [https://www.researchgate.net/profile/Edi-Purwanto-3/publication/331502242\\_The\\_effect\\_of\\_service\\_quality\\_and\\_website\\_quality\\_of\\_zaloraCom\\_on\\_purchase\\_decision\\_as\\_mediated\\_by\\_purchase\\_intention/links/5e2922394585150ee77b3cb8/The-effect-of-service-quality-an](https://www.researchgate.net/profile/Edi-Purwanto-3/publication/331502242_The_effect_of_service_quality_and_website_quality_of_zaloraCom_on_purchase_decision_as_mediated_by_purchase_intention/links/5e2922394585150ee77b3cb8/The-effect-of-service-quality-an)
- Dewi, N. S. (2021). *Menerjang Ombak Bisnis Kuliner ala Warpopski*. Digation.Id. <https://www.digation.id/read/017596/menerjang-ombak-bisnis-kuliner-ala-warpopski>
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>
- Fajar Bahari, M., & Dermawan, R. (2022). Pengaruh *Online customer review* dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Tokopedia di Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk. *Journal of Management & Business*.
- Febriyani, D. A. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Beli Online pada Mahasiswa UST Yogyakarta Pengguna Zalora. *Jurnal Ekobis Dewantara, Vol.1, No.*
- FoEH, J. E. H. ., & Aini, R. T. N. (2022). Pengaruh Periklanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening pada Produk Teh Botol Sosro di Tokma Cibitung (Studi Kajian Pustaka). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi, Vol.4*(No.3), 587–597. <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/jemsi.v4i3>
- Gabriela, Yoshua, & Mulyandi, M. R. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Minat Beli Pelanggan E-Commerce. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan, Vol 1No. 1*(E-ISSN : 2809-6037P-ISSN : 2809-5901).
- Garaika, D., & Darmanah, S.E., M. . (2019). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Hira Tech, Lampung.
- Hafizi, N. A. Al, & Ali, H. (2021). Purchase Intention And Purchase Decision Model: Multi Channel Marketing And Discount On Medcom.id Online News Portal. *Dinasti International Journal OF Digital Business Management, Vol.2*(No.3), 460–470.
- Hair, J. F. J., Anderson, R., Tatham, R. L., & Black k, W. C. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Prentice Hall, International, Inc.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan persaingan terhadap Minat Beli . *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis, VOL.4*(NO.3), 415–424. <https://doi.org/https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i3.291>

- Halimah, W., Hidayat, N., & Fidhyallah, N. F. (2021). Pengaruh Kualitas Makanan, Nilai yang Dirasakan, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Layanan Pemesanan Makanan Online Pizza Pesan Antar. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, Vol.2(No.2), 325–335.
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, harga terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Berlian Multitama di Jakarta. *E-MABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, Vol.21 No.(P-ISSN : 1412-968X E-ISSN : 2598-9405), 31–38.
- Haribowo, R., Tannady, H., Yusuf, M., Wardhana, G. W., & Syamsurizal. (2022). Analisis Peran Social Media Marketing, Kualitas Produk Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Rumah Makan Di Jawa Barat. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, VOL.3(NO.6), 4024–4032. <https://yrpiku.com/journal/index.php/msej/article/view/1282/862>
- Hariyanto, Arief, M. Y., & Praja, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Tokoh F3 Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, Vol.1, No.(P-ISSN: 2964-8750 E-ISSN: 2964-898X), 1784–1795.
- Harli, I. I., Mutasowifin, A., & Andrianto, M. S. (2021). Pengaruh Online Consumer Review dan Rating terhadap Minat Beli Produk Kesehatan pada E-Marketplace Shopee Selama Masa Pandemi Covid-19. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, Volume 04,. <https://inobis.org/ojs/index.php/jurnal-inobis/article/view/205/184>
- Hidayat, T., & Faramitha, N. R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli (Studi Kasus pada Smartphone Samsung di Neo Komunika). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 10. N(P-ISSN : 2503-4413E-ISSN : 2654-5837), Hal 195-202.
- Hidayati, N. L. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Customer Review s dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, Vol.6 No.3.
- Hutri, E. D., & Yuliviona, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi kasus: pada pengguna sepeda motor di kota Padang). *Ejurnal.Bunghatta*, Vol.20(NO.2). <https://ejurnal.bunghatta.ac.id/index.php/JFEK/article/view/20165>
- Iskandar, H. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Remaja Kuring Serpong. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, Vol.4(NO.2), 75–89. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JMPP/article/view/43909>
- Kamila, K. T. (2019). *Pengaruh Online customer review terhadap Keputusan Pembelian*. 74–122. <https://ojs.mahadewa.ac.id/index.php/prospek/article/view/1741/1281>
- Kamisa, N., P, A. D., & Novita, D. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Kepercayaan Konsumen (Studi kasus: Pengguna Shopee di Bandar Lampung). *Journal of Economic and Business Research*, Vol. 2, No, page 21-29.
- Kedaton, M. S., Purwanto, H., & Sidanti, H. (2022). Pengaruh Promosi Flash Sale Dan E-



Wom Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Aplikasi Shopee (Studi Pada Masyarakat Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Madiun). *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi 4, Vol.4*.

- Kotler, Philip dan Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (Edisi 13). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2007). *Manajemen Pemasaran jilid 2* (ke-12). Indeks.
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online Customer Review dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla. *Jurnal Mirai Management, Vol.6 No.*
- Maino, G. P., Sepang, J. L., & Roring, F. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Pada Verel Bakery And Coffee. *Jurnal EMBA, Vol.10 No.*(ISSN: 2303-1174), Hal. 184-190.
- Marliana, R. R. (2020). Partial Least Squares-Structural Equation Modeling Pada Hubungan Antara Tingkat Kepuasan Mahasiswa Dan Kualitas Google Classroom Berdasarkan Metode Webqual 4.0. *Jurnal Matematika, Statistik Dan Komputasi, Vol.16*(No.2), 175–186. <https://doi.org/10.20956/jmsk.v%vi%i.7851>
- MATT, A., & TIM WSR. (2023). *Statistik & Fakta Pemasaran Twitter*. Websiterating.Com. <https://www.websiterating.com/id/research/twitter-statistics/#references>
- Maulida, I., Purwanto, H., & Apriyanti. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Milenial Kota Madiun). *SIMBA : Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi, Vol.4*(E-ISSN: 2686-1771).
- Meltwater, & Social, W. A. (2023). *the changing world of digital in 2023*. Wearesocial.Com. <https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023/>
- Millena, R., & Jesi, T. (2021). Analisis Pendapatan Negara Indonesia Kota Bogor Provinsi Jawa Barat Dengan Metode Kuantitatif. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah, Vol 4 No 2*(E-ISSN : 2599-3410 | P-ISSN : 2614-3259), 1004–1009.
- Mokodompit, H. Y., Lapian, S. L. H. V. J., & Roring, F. (2022). Pengaruh Online Customer Rating, Sistem Pembayaran Cash On Delivery Dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Dan Alumni Equil Choir Feb Unsrat). *Jurnal EMBA, VOL.10*(NO.3), J. EMBA. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/43393/38189>
- Mu'nis, H., & Komaladewi, R. (2020). Analisis komparatif *online customer review* dan survey customer review marketing mix. *Jurnal Ekonomi Modernisasi, 15*(3), 138–148. <https://doi.org/10.21067/jem.v15i3.4476>
- Nasution, L. M. (2017). Statistik Deskriptif. *Jurnal Hikmah, Vol.14*(No.1), 50–54.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

- Pada E-Commerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *ECOBISMA (JURNAL EKONOMI, BISNIS DAN MANAJEMEN)*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>
- 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>
- Nurrokhim, A., & Widyastuti, E. (2021). Pengaruh social media marketing, *online customer review*, dan religiusitas terhadap keputusan pembelian konsumen shopee di masa pandemi Covid-19 dengan minat beli sebagai variabel intervening. *Journal of Management and Digital Business*, VOL.1(NO.2), 122–134. <https://journal.nurscienceinstitute.id/index.php/jmdb>
- Nurul Kumala, F. O., & Fageh, A. (2022). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, Vol. 6 No.(ISSN: 2355-0295, e-ISSN: 2549-8932), 1–10. <https://doi.org/http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica>
- Nusraini, I., Hastuti, H., Sinarwati, M. A., Rommy, N., Razak, A., & Nur, Y. N. (2018). Effect Of Brand Image And Price Perception On Purchase Decision. *IOSR Journal of Business and Management*, 20(8), 76–81. <https://doi.org/10.9790/487X-2008027681>
- Octadelfira, T., Zulkarnain, & Syapsan. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Pada Pasar Oleh-Oleh Modern Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, Vol. XII, No. 3 juli.
- Pasi, L. N. K., & Sudaryanto, B. (2021). Analisis Pengaruh *Online Customer Reviews* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Shopee di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, Vol.10(NO.3), 2–12. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/32369>
- Pering, I. M. A. A. (2020). Kajian Analisis Jalur Dengan Structural Equation Modeling (SEM) SMART-PLS 3.0. *Jurnal Satyagraha*, Vol.03(No.02), 28–48. <http://ejournal.universitasmahendradatta.ac.id/index.php/satyagraha>
- Prasetyo, M. H., & Hasyim. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Secara Online. *Nusantara Hasan Journal*, Volume 1 N(E-ISSN : 2798-1428), Page: 22-32.
- Pratiwi, B. M., & Mahfudz. (2021). Pengaruh Dukungan Selebriti, Konten Iklan, Dan Ulasan Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Dengan Minat Beli Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Platform Instagram Di Provinsi Jawa Tengah). *Diponegoro Journal Of Management*, Volume 10, 1–12. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/32421>
- Purwanto, N. (2021). Pengaruh E-Trust Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Tokopedia Di Jombang. *Jurnal EK&BI*, VOL.4(NO.2), 635–639. <https://doi.org/DOI 10.37600/ekbi.v4i2.357>

- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. *Qtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, Vol.11, No(pISSN 2303-3568 eISSN 2684-8228), 32–46. <https://doi.org/10.46367/igtishaduna.v11i1.526>
- Puspita, C. M., & Budiarmo, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, VOL.9(NO.3), 268–275. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/28079>
- Puspita, D. F., Harini MM, D. D. C., & Jalantina SE MM, D. I. K. (2022). Pengaruh *Online Customer Review* Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus di Kota Semarang). *Journal of Management*, Vol.8, No.(ISSN: 2502-7689). <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/1939/1871>
- Putra, Y. P., Purwanto, H., & Sulistiyowati, L. N. (2022). Kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening. *MBR (Management and Business Review)*, Vol.6, No.(ISSN:2541-5808), 69–80. <https://ejournal.unikama.ac.id/index.php/mbr>
- Putri, S., Heriyani, & Yusniar. (2022). Pengaruh Kualitas Makanan Dan Suasana Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pizza House Di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis Jurusan Manajemen*, Vol.11(No.1), 17–25. <https://ojs.unimal.ac.id/visi/article/view/7505/3649>
- Raga, H. E., Agung, A. A. P., & Anggraini, N. P. N. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk Dan Harga terhadap Minat Beli pada produk Kuliner Tegal Dadong. *Values*, Vol.2(NO.2), 512–520. <https://ejournal.unmas.ac.id/index.php/value/article/view/2716/2100>
- Rahmadini, A., & Muslihat, A. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan E-Service Quality terhadap Minat Beli pada Marketplace Lazada di Media Sosial Facebook. *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, Vol.4 No.6(1739-1761 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351). <https://journal.laaroiba.ac.id/index.php/alkharaj/article/view/1073/928>
- Ramadhan, R., & Gillian Ratumbusang, M. F. N. (2022). No Title Pengaruh *Online customer review* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace. *Seminar Nasional (PROSPEK I) "Digital Learning Merdeka Belajar Kampus Merdeka: Strategi Dan Inovasi Pembelajaran,"* 157–165. <https://ojs.mahadewa.ac.id/index.php/prospek/article/view/1741/1281>
- Ramadhani, T., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Rating Dan Online Consumer Review Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Pemeditasi Pada Marketplace Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung). *Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, vol.2(no.2), 155–174. <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/RJMBI>
- Rarung, J., Lumanauw, B., & Lumanauw, B. (2022). Pengaruh *Online Customer Review*, Online Customer Rating, Dan Customer Trust Terhadap Customer Purchase Decision Fcoffee & Roastery Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, Vol.10(No.1), 891–899.



<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/38482>

- Reisa, S. S. (2023). Analisis Kualitas Makanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Darjeeling Restaurant, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat. *Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Bahasa. Program Studi Manajemen Pariwisata, Vol.1*(No.1), 32–43.  
<https://jurnal.alimspublishing.co.id/index.php/simpat/article/view/61/51>
- Rohmatullah, C., & Sari, D. (2021). Pengaruh *Online Customer Review* Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Shopee. *EProceedings of Management, Vol 8, No.*
- Romadhoningrum, G. R., & Santosa, S. B. (2022). Pengaruh Atribut Produk, Promosi Penjualan, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang Dimediasi Oleh Preferensi Dan Minat Beli Konsumen (Studi pada Kosmetik Sariayu Marta Tilaar di Semarang). *Diponegoro Journal Of Management, Vol.11*(NO.3), 1–15.  
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/36530>
- Sanjiwani, N. M. D., & Suasana, I. G. A. K. G. (2019). Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen, VOL.8*(NO.11), 6721–6740. <https://doi.org/>:  
<https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i11.p17>
- Saputra, H., Muhazirin, B., & Panjaitan, H. P. (2021). The Effect Of Brand Image, Product Quality, Quality Of Service, Price Perception And Place On Consumer Buying Interest In Sido Kangen Bakso Pekanbaru. *Jurnal Bisnis Terapan, Vol.1*(No.1), 48–61.  
<https://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/lucrum/article/view/1829/821>
- Sari, F. P. (2021). Pengaruh *Online customer review* Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Online Di E-Commerce Pada Mahasiswa UMSU. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 82.*
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo, Vol.8*(NO.1), 147–155.
- Satria, D. A., & Sidharta, H. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Porkball. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis, VOL.2*(NO.3), 398–408.  
<https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/562/493>
- Septiani, F. (2017). Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Pt Asuransi Jiwa Recapital Di Jakarta) Fauziah Septiani Universitas Pamulang [fauziahseptiani0209@gmail.com](mailto:fauziahseptiani0209@gmail.com) ABSTRAK Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli pada PT Asurans. *Jurnal Mandiri, Vol.1 No.1*, 274–288.  
<https://jurnalmandiri.com/index.php/mandiri/article/view/22/20>
- Sianipar, F. A. H. (2021). Analisis Pengaruh Customer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Online Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Tokopedia Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management, VOL.10*(NO.4), 1–10.

- Siaputra, H. (2020). Bagaimana Keamanan Pangan, Kualitas Makanan Dan Citra Merek Mempengaruhi Minat Beli Ulang. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, Vol.6(N0.2), 79–87. <https://doi.org/10.9744/jmhot.6.2.79–87>
- Sihotang, M. K. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Pada Konsumen Produk PT.HNI HPAI). *Journal Of Management, Accounting, Economic and Business*, VOL.1(NO.2), 399–413.
- Subroto, B. (2011). *Pemasaran industri : business to business marketing* (Edisi 1). CV Andi Offset.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Sukmana, N. C., Chandra, V. J., & Siaputra, H. (2020). Pengaruh Kualitas Makanan, Higienitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Mediator Di Restoran Dapur Terbuka Di Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, Vol.8(No.2), 67–76. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/10553/9376>
- SUROSO, B. H., & IRIANI, S. S. (2014). Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Mie Sedap Cup. *Jurnal Ilmu Manajemen*, VOL.2(NO.4), 1174–1185. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/10211>
- Tania, A. E., Hemawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, Vo.IX No.1, Hal, 75-77.
- Tyassari, P., Wulandari, D. W., & Hastuti MM, D. T. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Smartphone Merek Oppo Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widyagama Malang). *CALL FOR PAPER: Conference on Economic and Business Innovation*, Vol.2 No.1, 2049–2063. <https://jurnal.widyagama.ac.id/index.php/cebi/article/view/51>
- Umami, R., Rizal, A., & Sumartik. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Cafe. *Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, Vol.15, No.2.
- Verdianata, J. F., Suci, R. P., & Zulkifli. (2022). Pengaruh Daya Tarik Iklan terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi Kesadaran Merek. *Widyagama National Conference on Economics and Business (WNCEB 2022)*, P-ISSN: 2598-5272.
- Virawati, E., & Samsuri, A. (2020). Pengaruh Store Image, Online Customer Review Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya). Vol.6(No.2), 100–107.
- Waluyo, A., & Trishananto, Y. (2022). Customer Review dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Variabel Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Srikandi: Journal of Islam Economics and Banking*, Vol.1, No.(E-ISSN: 2808-7615), 104–112. <https://journal.iaimnumetrolampung.ac.id/index.php/srikandi/article/view/2027/980>



- Widya, C. A., & Riptiono, S. (2019). Pengaruh Online Consumer Review Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Consumer Trust Sebagai Intervening (Studi Pada Pengguna Instagram Di Kecamatan Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, VOL.1(NO.1), 76–84. <https://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/jimmba/article/view/392>
- Willy, & Nurjanah, S. (2019). Pengaruh Kemasan Produk Dan Rasa Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian Pelanggan Minuman Energi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, VOL.9(NO.2), 65–74. [https://jurnal.um-palembang.ac.id/index.php/ilmu\\_manajemen](https://jurnal.um-palembang.ac.id/index.php/ilmu_manajemen)
- Yogi Suari, M. T., Sayang Telagawathi, N. L. W., & Yulianthini Ni Nyoman. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Bisma: Jurnal Manajemen*, Vol. 5 No.(P-ISSN: 2476-8782).
- Yuliana, K. (2016). Model Kesuksesan Sistem Informasi Delone Dan Mclean Untuk Evaluasi Sistem Informasi Pos Pada Pt. Pos Indonesia (Persero) Divisi Regional Vi Semarang. *Jurnal Ilmiah INFOKOM*, Vol.12(No2).
- Yunovirul, D. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, VOL.7(NO.1), 341–349. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/2192>

