

DAFTAR PUSTAKA

- Adialita, A. S. (2021). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Kota Bandung Melalui Nilai yang Dipersepsikan (The Effect of Social Media Marketing On the Visit Intention in Bandung Mediated by Perceived Value). 2(3).
- Adlina, A. T. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian (Pada Konsumen Mie Gacoan Medan). 1(1).
- Adriana S. Lahus, A. F. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok Shop. 2(2).
- Ahmad Nurrokhim 1, *. 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. 1(2).
- Aisyah, S. I. (2023). Analisis Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada produksi skincare dan obat herbal pada PT. PLM JAYA. 3(5).
- Alfhika Shania Refiani & Ati Mustikasari, S. M. (2020). Analisis Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada This By Alifah Ratu Tahun 2020. 6(2).
- Aslami, F. S. (2022). Pemanfaatan Instagram Sebagai Social Media Marketing Terhadap Brrand Equity. 1(3).
- Bertuah, F. A. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Social Media Influencer Terhadap Niat Beli Produk Fashion Pada Generasi Milenial Melalui Customer Online Review di Instagram. *SINOMIKA JOURNAL*, 1(3).
- Caroline Lystia Rut Winasis, H. S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). 3(4).
- Diah Fatma Sjoraida, S. M. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo. 9(5).
- Dovina Navanti, I. F. (2024). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett (Studi Kasus Pada

- Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEKOMBIS)*, 3(2).
- Eyen Haryanto Yusuf Hanapi, T. A. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Layanan CASH On Delivery (COD) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace Shopee Di Kota Tasikmalaya. 3(1).
- Fenika Ardiyani, N. A. (2023). Uji Hipotesis Penelitian Perbandingan Menggunakan Statistika Parametrik. 2(1).
- Gesitera, Y. M. (2020). Pengaruh Online Customer Review terhadap Purchase Intention dengan Trust sebagai Intervening pada Toko Online Bukalapak di Kota Padang. 9(2).
- Gita Olivia, M. I. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Kecil (Small Business) Di Kalangan Gen Z Berdasarkan Nilai-nilai Ekonomi Syariah. 4(2).
- Habibullah, A. (2021). Analisa Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pocari Sweat Di Kota Surabaya. 10(3).
- Hapsawati Taan, D. L. (2021). Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image. 4(1).
- Haryudi Anas, M. R. (2023). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Kopi Kawula Muda Bekasi Timur. *Journal Economina*, 2(10).
- Helmi. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Pada Generasi Y dan Z di Teluk Pucung kota Bekasi)".
- Ira Utami Ramba, A. K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Social Media Marketing Instagram terhadap Keputusan Pembelian Buket pada Barung Bouquet Kecamatan Tallunglipu Kabupaten Toraja Utara. 1(4).
- Keller, K. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran*. (A. Pramesta, Ed.) Penerbit ANDI (Anggota IKAPI).
- Khofifah Nur Azizah, S. S. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Tagline "Gratis Ongkir" Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shopee Food (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Uniska - Kediri). 1(5).
- Kotler, P. (1994). *Marketing*. (D. H. M.A, Ed.) Erlangga.

- Kotler, P. (1995). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. (M. Ancella Anitawati Hermawa SE., Ed.) Salemba Empat Edisi Indonesia.
- Kusuma, S. M. (2024). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Semester 5 Manajemen). 3(2).
- Marsyeli, N. A. (2023). Analisis Strategi Bisnis Online Melalui Pemasaran Online. 1(2).
- Mulyana, S. (2021). Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee di Pekanbaru. 7(2).
- Muslihat, A. R. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan E-Service Quality terhadap Minat Beli pada Marketplace Lazada di Media Sosial Facebook. 4(6).
- Nasaruddin, A. R. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa. 9(1).
- Neng Siti Komariah, B. N. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Social Media Marketing, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ruby Beaded Bag (Stud Kasus Pada Konsumen Ruby Beaded Bag). *Indonesian Journal of Economics and Strategic Management (IJESM)*, 2(3).
- Priyatno, D. (2018). *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum*. (Giovanny, Ed.) ANDI (Aggota IKAPI).
- Rahanatha, K. G. (2020). Peran Brand Image Memediasi Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian . 9(5).
- Saputri, N. O. (2023). Pengaruh Social Media Marketing dan Customer Online Review terhadap Keputusan Pembelian Somethinc. 5(3).
- Sinta Silviyani, N. A. (2020). Analisis Marketing Mix Dalam Islam (Studi Kasus: Bisnis Online Shop Wardah). 1(3).
- Sopiyan, P. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. 13(2).
- Sudrartono, M. P. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Aksesoris Pakaian Di Toko MIngka Bandung. 2(1).
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Manajemen* (1 ed.). (S. M. Setiyawami, Ed.) ALFABETA, CV.

- Sugiyono, P. D. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Method)*. (M. Sutopo, Ed.) ALFABET, CV.
- Sukaris, F. F. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan Transaksi dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian. *11*(4).
- Tabelessy, W. (2021). Pengaruh Desain Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Rumahan Buket Bunga Victoria di Kota Ambon. *2*(2).
- Tiarawati, R. L. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Niat Beli Produk Di Restoran Fast Food . *10*(4).
- Umi Narimawati, J. S. (2020). *Metode Penelitian dalam Implementasi Ragam Analisis*. (R. I. Utami, Ed.) ANDI (Anggota IKAPI).
- Uswatun Hasanah, H. P. (2023). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Jawa Timur). *4*(5).
- Vara Oktaviyanti, S. A. (2024). Pengaruh Digital Marketing, Online Customer Review, Price Discount Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Hampers_Quu Mojosari Mojokerto. *13*(1).
- Wenny Pebrianti, A. ., (2020). Digital Marketing, e-WOM, Brand Awareness Dan Keputusan Pembelian Kopi Milenial. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, *11*(1).
- Wilibrodus R B Wijaya, C. C. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Restoran ABC Di Pantai Indah Kapuk). *1*(3).