

DAFTAR PUSTAKA

- Adwimurti, Y., and S. Sumarhadi. "Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian dengan Kualitas Produk sebagai Variabel Moderasi." *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 3, no. 1 (2023): 74–90.
- Almayani, R. N., and M. A. Graciafernandy. "Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating dan Online Promotion terhadap Keputusan Pembelian Online di Shopee." *Jurnal Ekonomi & Manajemen* 5, no. 1 (2023): 97–107.
- Ambarita, L. F., and W. Wasino. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific di E-Commerce Shopee." *eCo-Buss* 7, no. 2 (2024): 992–1009.
- Amirullah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2022.
- Andini, M., Abidzar, and U. Albab. "Strategi Pemasaran Fashion Hijab di Era Gen Z dalam Perspektif Ekonomi Syariah pada Toko Vee Store." *Journal Islamic Economics Ad Diwan* 4, no. 2 (2025): 79–88.
- Aprelyani, S., H. Ali, and H. Hadita. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Minat Beli Produk Skincare Somethinc terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Shopee pada Generasi Z." *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital* 2, no. 3 (2024): 163–173.
- Arikunto, S. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2016.
- Aruna, S. T., M. Hariasih, and A. Pebrianggara. "Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier Sakura Glow." *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 8, no. 2 (2024): 228–245.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. *Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2025*. Jakarta: APJII, 2025.
- Assauri, S. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. RajaGrafindo Persada, 2019.
- Bilgin, Y. İ. S. "The Effect of Social Media Marketing Activities on Brand Awareness, Brand Image and Brand Loyalty." *Business & Management Studies: An International Journal* (2018).
- Cahyono, Y. T., and I. D. Wibawani. "Pengaruh Harga, Online Customer Review, dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee." In *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains dan Teknologi* 2, no. 1 (2022): 867.
- Cohen, J. *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. 2nd ed. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1988.

- Darmawan, A. T., and M. B. Setiawan. "Pengaruh Influencer Marketing, Electronic Word of Mouth dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pembelian Produk Erigo di Kota Semarang)." *Jesya: Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah* 7, no. 1 (2024): 778–789.
- Dwivedi, Y., E. Ismagilova, N. P. Rana, and R. Raman. "Social Media Adoption, Usage and Impact in Business-to-Business (B2B) Context: A State-of-the-Art Literature Review." *Information Systems Frontiers* 25 (2021).
- ElAydi, H. O. "The Effect of Social Media Marketing on Brand Awareness through Facebook: An Individual-Based Perspective of Mobile Services Sector in Egypt." *Open Access Library Journal* 5, no. 10 (2018): 1–5.
- Erdoğan, İ. E., and M. Cicek. "The Impact of Social Media Marketing on Brand Loyalty." *Procedia — Social and Behavioral Sciences* 58 (2012): 1353–1360.
- Faradita, P. A., and K. Widjajanti. "Pengaruh Online Customer Review, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia." *Solusi* 21, no. 2 (2023): 130–141.
- Faul, F., E. Erdfelder, A.-G. Lang, and A. Buchner. "GPower 3: A Flexible Statistical Power Analysis Program for the Social, Behavioral, and Biomedical Sciences." *Behavior Research Methods* 39, no. 2 (2007): 175–191.
- Ferdinand, A. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006.
- Filieri, R. "What Makes Online Reviews Helpful? A Diagnosticity-Adoption Framework to Explain Informational and Normative Influences in e-WOM." *Journal of Business Research* 68, no. 6 (2015): 1261–1270.
- Fishbein, M., and I. Ajzen. *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley, 1975.
- Ghozali, I. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. 10th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2021.
- GoodStats. "5 Brand Pakaian Olahraga Lokal Favorit Publik RI, Specs Nomor 1." GoodStats, 2025. <https://data.goodstats.id>.
- GoodStats. "7 Merek Sepatu Paling Populer di Shopee Indonesia Mei 2025." GoodStats, 2025. <https://data.goodstats.id>.
- Green, S. B. "How Many Subjects Does It Take to Do a Regression Analysis?" *Multivariate Behavioral Research* 26, no. 3 (1991): 499–510.

- Hanief, F. A., and D. R. Oktini. "Pengaruh Influencer Marketing dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian." In *Bandung Conference Series: Business and Management* 4, no. 1 (2024): 589–598.
- Hanjaya, B. S., B. S. Budihardjo, and C. A. Hellyani. "Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UMKM." *Jurnal Riset Manajemen dan Ekonomi (JRIME)* 1, no. 3 (2023): 92–101.
- Hidayati, N. L. "Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Surabaya." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 6, no. 2 (2018).
- Jacoby, J. "Stimulus-Organism-Response Reconsidered: An Evolutionary Step in Modeling (Consumer) Behavior." *Journal of Consumer Psychology* 12, no. 1 (2002): 51–57.
- Komariyah, D. I. "Pengaruh Online Customer Review 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, no. 2 (2022): 343–358.
- Kotler, P., and K. L. Keller. *Manajemen Pemasaran*. 13th ed. Jakarta: Erlangga, 2016.
- Lahus, A. S., A. F. Lamatokan, H. S. Meot, S. S. Niha, and E. G. C. Watu. "Pengaruh Brand Image dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada TikTok Shop." *ORGANIZE: Journal of Economics, Management and Finance* 2, no. 2 (2023): 107–118.
- Latief, F., and N. Ayustira. "Pengaruh Online Customer Review dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla." *Jurnal Mirai Management* 6, no. 1 (2020): 139–154.
- Lemeshow, S., D. W. Hosmer, J. Klar, and S. K. Lwanga. *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1997.
- Martini, L. K. B., E. Sembiring, and F. Paulus. "Online Customer Rating dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian di Toko Modeliafashion pada Marketplace Tokopedia Jakarta." *Journal of Applied Management and Accounting Science* 4, no. 1 (2022): 15–24.
- Martyani, E., and I. Yamalia. "Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Belanja Online (E-Commerce)." *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer* 1, no. 1 (2025): 35–38.
- Mehrabian, A., and J. A. Russell. *An Approach to Environmental Psychology*. Cambridge, MA: MIT Press, 1974.
- Mudzalifah, A. A., and M. D. Rahadhini. "Pengaruh Social Media Marketing, Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Glad2Glow di Surakarta)." *Jurnal Manajemen dan Inovasi* 6, no. 3 (2025).

- Nurhodijah, F. S., and F. Indriani. "Analisis Pengaruh Produk, Pelayanan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi Review Konsumen (Studi Kasus pada Pengguna Platform Blibli.com)." *Diponegoro Journal of Management* 11, no. 5 (2022).
- Nurjanah, S., and U. A. Jaya. "Pengaruh Kualitas dan Harga terhadap Keputusan Pembelian." *Ulil Albab: Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1, no. 10 (2022): 3682–3691.
- Nyimpado, G. D., F. K. Marpaung, and M. A. Almusahwir. "Pengaruh Online Customer Rating, Online Customer Review dan Brand Ambassador terhadap Minat Beli E-Commerce Shopee pada Universitas Prima Indonesia." 5, no. 2 (2024): 3474–3489.
- Paramita, A., H. Ali, and F. Dwikoco. "Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, dan Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Manajemen Pemasaran)." *JMPIS: Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial* 3, no. 2 (2022): 660–669.
- Pasaribu, V. L. "Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor TVS." *Business Management Journal* 18, no. 1 (2022): 37–49.
- Putri, L., and H. Wandebori. "Factors Influencing Cosmetics Purchase Intention in Indonesia Based on Online Review." In *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science* 1, no. 1 (2016): 255–263.
- Qalbi, B. N., A. A. Idris, and M. I. W. Haeruddin. "Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada Platform TikTok Shop (Survei pada Mahasiswa Universitas Negeri Makassar Angkatan 2020–2023)." *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen* 3, no. 2 (2024): 406–417.
- Rahmawati, A. I. "Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB Universitas PGRI Semarang)." *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Ekonomi Kreatif* 1, no. 1 (2022): 18–23.
- Rahmawati, Y., and S. Nilowardono. "The Effect of Product Quality, Brand Trust, Price and Sales Promotion on Purchase Decisions on Royal Residence Surabaya (Case Study in PT Propnex Realti Visit)." *International Journal of Integrated Education, Engineering and Business* 1, no. 1 (2018).
- Ramadhani, D. I., and M. Zaini. "Pengaruh Brand Ambassador, Social Media Marketing dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Scarlett Whitening." *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 7, no. 1 (2023): 520–536.
- Razak, I. "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana* 7, no. 2 (2019): 1–14.

- Rimbahari, A., R. E. Widjayanti, and A. Thahira. "Pengaruh Viral Marketing dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian di Platform TikTok." *Capital: Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 6, no. 2 (2023): 457–466.
- Riyanjaya, N. A., and S. Andarini. "Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Minat Beli Produk Wardah di Situs Belanja Online Shopee." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3, no. 5 (2022): 927–944.
- Sartika, D., M. Ulya, F. F. Azzahra, I. Irnawati, F. N. Hidayati, and D. Pramono. "Fenomena Penggunaan E-Commerce terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa." *Wissen: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora* 2, no. 3 (2024): 335–350.
- Sekaran, U., and R. Bougie. *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. 7th ed. Chichester: John Wiley & Sons, 2016.
- Setiadi, N. J. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*. Rev. ed. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.
- Sianipar, F. A. H., and Y. Yoestini. "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* 10, no. 6 (2021).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. 2nd ed. Bandung: Alfabeta, 2021.
- Syaifuddin, S. "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada PT Elco Indonesia Sejahtera." *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis* (2024): 240–245.
- Tjiptono, F. *Service Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi, 2016.
- Wardhani, K. D. K., and I. Nuryanto. "Pengaruh Price Discount, Online Customer Review dan Rating terhadap Purchase Intention pada Aplikasi Booking Hotel Traveloka di Jawa Tengah." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 2, no. 1 (2023): 1–11.