

## DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, R. D., Michael, M., & Mulyandi, R. (2021). Analisis Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Kecantikan. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(02), 274-280.
- Anastasia, U., & Nurendah, Y. (2014). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 2(2), 181-190.
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al tijarah*, 6(3), 96-107.
- Ardianti, A. N. (n.d.). *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee*. 1–11.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Helm LTD (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). Pendekatan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 897.
- Astuti, M. F., & Mulyawan, A. (2021). *Dampak Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Implikasinya pada Loyalitas Pelanggan Kosmetik*. 1.
- Cahya, A. D., & Prabowo, R. E. (2023). Pengaruh Promosi, Online Consumer Review, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna E-Commerce Shopee Di Jawa Tengah). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 5667-5677.
- Djarmiko, T., & Pradane, R. (2016). *Brand Image and Product Price; Its Impact for Samsung Smartphone Purchasing Decision*. 219, 221–227. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.009>
- Filieri, R., & Mcleay, F. (2015). *E-WOM and Accommodation : An Analysis of the Factors That Influence Travelers ' Adoption of Information from Online Reviews*. December. <https://doi.org/10.1177/0047287513481274>
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Edisi 2* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hendayana, Y., & Sp, S. W. (2021). *The Effect Of Entrepreneurial Orientation And*

*Product Innovation On The Performance Of Kadin Jabar Development Smes In The Food Industry.* 12(8), 833–839.

Hermiyenti, S., & Wardi, Y. (2019). *A Literature Review on the Influence of Promotion , Price and Brand Image to Purchase Decision.* 64, 538–545.

Hidayati, N. L. (2018). *PENGARUH VIRAL MARKETING, ONLINE CONSUMER REVIEWS DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEE DI SURABAYA.* 06, 77–84.

Inayah, F. R., Parakkasi, I., & Sofyan, A. S. (2023). Pengaruh Labelisasi Halal, Personal Selling dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Follower Instagram Scarlett Whitening). *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 4(2), 163-175.

Indah, D. R., Afalia, I., & Maulida, Z. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk hand and body lotion vaseline (studi kasus pada mahasiswa universitas samudra). *Jurnal Samudra ekonomi dan bisnis*, 11(1), 83-94.

Japarianto, E., & Stephanie Adelia. (2020). *PENGARUH TAMPILAN WEB DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI INTERVENING VARIABLE PADA E-COMMERCE SHOPEE.* 14(1), 35–43. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35>

Kaharu, D., & Budiarti, A. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cosmic. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(3).

Khammash, M. (2008). *ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH : ANTECEDENTS OF READING CUSTOMER REVIEWS IN ON-LINE OPINION PLATFORMS : A QUANTITATIVE STUDY FROM THE UK.* 77–84.

Kotler. Keller. (2000). Manajemen Pemasaran. In *Manajemen pemasaran* (p. 281).

Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid I. Edisi ke 13.* Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. (008). Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1. In *Edisi Ke-12* (p. 181).

Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua.* Jakarta: Erlangga.

Latifa, A., Harimurti, F., & Kristianto, D. (2016). *MEKANISME PENERAPAN PP NO. 46 TAHUN 2013 PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH.* 46,

361–370.

Lee, E., & Shin, S. Y. (2014). Computers in Human Behavior When do consumers buy online product reviews? Effects of review quality, product type, and reviewer's photo. *Computers in Human Behavior*, *31*, 356–366. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.10.050>

Mahmudah, I. S., & Tiarawati, M. (2014). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN POND'S FLAWLESS WHITE INDAH. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, *2*(031).

Melati, R. S. (2020). Pengaruh Harga Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, *8*(2).

Mudambi, S. M. (2014). *WHAT MAKES A HELPFUL ONLINE REVIEW? A STUDY OF CUSTOMER REVIEWS ON AMAZON.COM. March 2010.* <https://doi.org/10.2307/20721420>

Muh, I. N. (2019). Analisis Peranan Promosi Dalam Menunjang Keberhasilan Penjualan Pada PT. Sumber Alfaria Trijaya. Tbk Cabang Gowa Sungguminasa. Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Nita, L., Pasi, 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 ). 10*, 1–12.

Nurmawati, M. M. (2018). Perilaku Konsumen & Keputusan Pembelian. *edited by MM Amirullah, SE.,*, 1-2.

Pasaribu, V. L. D. (2018). Analisis Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Hand And Body Lotion Merek Citra (Studi Kasus Carrefour Pamulang, Tangerang Selatan). *J. Pemasar. Kompetitif*, *1*(4), 77-92.

Parengkuan, V., Tumbel, A., & Wenas, R. (2014). *ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE DAN CELEBRITY ENDORSMENT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SHAMPO HEAD AND SHOULDERS DI 24 MART MANADO.* *2*(3), 1792–1802.

Primaputra, R. Z., & Sudaryanto, B. (2023). Analisis Pengaruh Citra Merek, Promosi, Kepercayaan Konsumen, Dan Kualitas Layanan Terhadap

Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee Food (Kasus Pada Pengguna Layanan Shopee Food Yang Berdomisili Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 12(1).

Poespa, A. A. R., Cahyono, R., & Martah, V. (2020). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian lotion Marina. *IQTISHADEquity jurnal MANAJEMEN*, 3(1), 212-223.

Putra, P. P. (2016). Evaluasi Bauran Promosi Pada Perusahaan Invynia. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(5).

Rahmadani, R., & Astuti, S. R. T. (2023). Analisis Pengaruh Citra Merek, Celebrity Endorser, dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Scarlett Whitening di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 12(2).

Rahman. (2010). Strategi Dahsyat Marketing Mix. In *cetakan pertama*. Transmedia: Jakarta.

Salea, C., Lapian, S. L. H. V. J., Tielung, M. V. J., Pengaruh, A., Harga, P., Promosi, D. A. N., Keputusan, T., Lapian, S. L. H. V. J., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2021). *PEMBELIAN KONSUMEN DI RESTORAN CEPAT SAJI KFC BAHU MANADO PADA MASA COVID-19 ANALYSIS OF THE EFFECT OF PRICE PERCEPTION AND PROMOTION ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS AT FAST FOOD RESTAURANT OF KFC BAHU MANADO DURING THE COVID-19 PERIOD* *Jurnal EMBA Vol . 9 No . 4 Oktober 2021* , Hal . 1293 - 1302. 9(4), 1293–1302.

Siagian, D. (2000). *Metode statistika untuk bisnis dan ekonomi*. Gramedia Pustaka Utama.

Sondakh, C. (2014). Kualitas Layanan, citra merek..... ( Sondakh) 19. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 19–32.

Suardhita, N., Rafik, A., & Sugeng, I. S. (2019). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Merek Wardah. *Aktiva–Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 12.

Sugiyono. (2010). *Memahami penelitian kualitatif*.

Suryati, L. (2015). *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam meningkatkan Loyalias Pelanggan* (p. 34).

Tania, SW (2021). *PENGARUH CITRA MEREK DAN KESADARAN MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELLUI MEDIASI KEPUASAN*

*KONSUMEN PADA KOPI AMSTIRDAM* (Disertasi Doktor, Universitas Muhammadiyah Malang).

Valensia, S., & Vivi Vivi. (2022). *Pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian scarlett body lotion di pontianak*. 4(2), 8–14.

Weenas, J. R. S., Produk, K., Produk, K., Dan, P., Pelayanan, K., Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2013). *KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SPRING BED COMFORTA*. 1(4), 607–618.

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.

Zhao, X. R., & Wang, L. (2015). *The influence of online reviews to online hotel booking intentions*. August. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-12-2013-0542>

