

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, M. A., & Rachmawati, L. (2020). Pengaruh Label Halal, Citra Merek, Dan *Online Consumer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3, 151–164.
- Arifin, S., & Setyorini, S. (2023). *The Influence of #RacunTikTok Trends, Customer Review and Customer Rating on Purchase Decisions through Purchase Intention*. *Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Manajemen*, 9(2), 91–106.
- Azmy, A., Nauyoman, D., & Zakky, M. (2020). *The Effect Of Brand Image And Perception Of Products On The Purchase Decisions Of Matic Motorcycle In East Belitung*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 31–42. <https://doi.org/10.14710/jab.v9i1.25278>
- Bachri, S., Putra, S. M., Farid, E. S., Darman, D., & Mayapada, A. G. (2023). *The Digital Marketing To Influence Customer Satisfaction Mediated By Purchase Decision*. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 21(3), 578–592. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2023.021.03.03>
- Darmawan, I. K. A., & Dewi, L. K. C. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame Di Kota Denpasar (Studi Empiris pada Konsumen Pembelian Produk Oriflame Di Kota Denpasar). *Journal Research Management*, 02(1), 58–67.
- Ekasari, R., & Mandasari, E. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, *Digital Marketing* Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lipcream Pixy Di Kabupaten Sidoarjo. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.51804/iej.v4i1.1583>
- Fahimah, M., & Munfarida, N. F. (2023). Review Produk Dan *Content Marketing* Produk Frozen Food Di Aplikasi Tiktok. *Jurnal Investasi*, 9(1), 1–7. <https://doi.org/10.31943/investasi.v9i1.232>
- Firmansyah, F., & Jarror, A. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo. *Manajerial*, 8(03), 247. <https://doi.org/10.30587/manajerial.v8i03.2547>
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Ilmi, S. H., Harianto, E., Mas'ud, R., & Azizurrohman, M. (2023). *Does Digital Marketing Based on Brand Image and Brand Trust Affect Purchase Decisions in the Fashion Industry 4.0?*. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 21(3), 553–566. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2023.021.03.01>
- Ilmiyah, K., & Krishnawan, I. (2020). *Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto*. 9.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.).
- Lailiya, N. (2020). Pengaruh *Brand Ambassador* Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 2(2), 113. <https://doi.org/10.51804/iej.v2i2.764>
- Lombok, V. V., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh *Brand Image, Brand Trust* Dan *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 953. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43524>
- Masyithoh, I. N., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 7(1).

- <https://doi.org/10.36805/manajemen.v7i1.1951>
- Pebrianti, W., Arweni, A., & Awal, M. (2020). *Digital Marketing, e-WOM, Brand Awareness Dan Keputusan Pembelian Kopi Milenial*. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 11(1), 48–56. <https://doi.org/10.35724/jies.v11i1.2848>
- Rahayu, R., & Budiyanto. (2023). Pengaruh Harga, Ulasan Produk dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian pada Market Place Shopee (Studi Kasus Kepada Konsumen Shopee di Surabaya). *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 1(6), 1978–1520.
- Rahmad, A. (2021). *Pengaruh Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia.com Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Umsu*.
- Ristanti, A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 1026. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p1026-1037>
- Saputri, H. P. S. (2022). Pengaruh Ulasan Pelanggan Online Dan Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. In *Bulletin of Management and Business* (Vol. 3, Issue 2). <https://doi.org/10.31328/bmb.v3i2.239>
- Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint. *CiDEA Journal*, 2(1), 24–37. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.775>
- Sinambela, L. P., & Sinambela, S. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Teoritik dan Praktik* (Monalisa (ed.); 1st ed.). Rajawali Pers.
- Styawati, A. L., & Roni, M. (2023). *The Influence of Brand Image and Digital Marketing on Cosmetic Product Purchasing Decisions Pengaruh Brand Image dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetikid 2* *Corresponding Author. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 7648–7656.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Manajemen*.
- Sujarweni, V. W. (2022). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Cet. 1). PT Pustaka Barupress.
- Suyanti, R., & Nainggolan, N. P. (2023). Pengaruh *Brand Image*, Promosi, Media Sosial, Dan *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Di Xes Shoes Indonesia. *SCIENTIA JOURNAL : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(4).
- Wibowo, F. T., & Wijiastuti, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi Kasus Pada Brand Manly Cloth di Kota Sukoharjo). *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(4), 766–775.
- Widiastuti, E., & Novita, D. (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Mie Gacoan Cabang Solo Baru. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 22(04), 343–354.