

DAFTAR PUSTAKA

- Akbarullah, A. A., & Silitonga, P. (2024). the Impact of Product Quality, Product Design and Price Perception Increasing Purchase Decisions Mediated By Brand Image in Lock N Lock Indonesia. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 7(1), 102-126.
- Anggraini, M., & Simanjorang, F. (2023). Efektivitas Online Customer Review Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada TikTok Shop: Indonesia. *Content: Journal of Communication Studies*, 1(02), 10-20.
- Anugrah, I. B., Nurfarida, I. N., & Sarwoko, E. (2021). Determinan keputusan pembelian di Shopee: online customer review, brand image dan promosi. *Management and Business Review*, 5(2), 239-250.
- Aphrodite, N., Ratnasari, I., Ningrum, S. F. W., Puspitasari, N., Rahayu, S., & Putri, Z. (2023). Pengaruh Brand Image, Brand Equity dan Norma Subyektif Terhadap Minat Beli Ulang Produk Pasta Gigi Pepsodent (Studi Pada Pelanggan Kecamatan Cakung). *Warta Dharmawangsa*, 17(1), 421-433.
- Ardiansyah, R., Yusuf, M., Subagya, S., & Atmojo, I. R. W. (2023). Analysis of Students' Self-Regulated Learning on Prospective Elementary School Teachers' Gender Differences. *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan*, 15(3), 4049-4058.
- Aruna, S. T., Hariasih, M., & Pebrianggara, A. (2024). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier Sakura Glow. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 228-245.
- Ayaumi, R. S., & Komariah, N. S. (2021). Pengaruh Customer Experience Dan Trust Terhadap Minat Beli Ulang Layanan Pesan Antar Gofood Saat Pandemi Covid-19 Pada Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(2), 181.
- Azka, N. A. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Layanan Cash On Delivery, Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Situs Shopee Generasi Z Di Kota Surakarta. *Jurnal Visi Manajemen*, 9(2), 25-35.
- Christina, Y., & Purba, T. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Penjualan Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Produk MaxTea Tarikk Pada PT Sinar Mitra Usaha. *eCo-Buss*, 4(3), 569-581.
- Dasifa, A. (2022). Pengaruh Citra Merek Laptop Asus Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus Di Griya Com Bandar Lampung.
- Ghafiqi, B. A., & Sidanti, H. (2024, September). Pengaruh Promosi, Online Customer Review, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Produk Aerostreet (Studi Kasus Pengguna Shopee di Madiun). In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 6).
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan pembelian konsumen marketplace Shopee berbasis social media marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Hermansyah, T. (2024). Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan sanford di sinar mart batam. *JURNAL AL-AMAL*, 2(1), 50-57.

- Hernaningsih, F. (2023). Faktor Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Colorfit Last All Day Lip Paint Di Mall Ciplaz Klender. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 591-602.
- Jasmine, J., & Khoiri, M. (2023). Pengaruh Iklan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Online Di Tiktok. *eCo-Buss*, 6(2), 431-446.
- Khusuma, D. T., & Utomo, H. (2021). Pengaruh dimensi kualitas produk terhadap kepuasan konsumen venice pure aesthetic clinic salatiga. *Among Makarti*, 13(2).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi ke-13). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education, p. 368.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ke-13). Jakarta: Erlangga.
- Mujid, A. (2021). Strategi Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Minat Melanjutkan Sekolah.
- NABILA, T. S. (2025). Pengaruh Beauty Influencer, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Green Skincare (Studi pada Konsumen Avoskin di Bandar Lampung).
- Nobel, A. A. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Pekanbaru)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Nofrizal, N., Sucherly, S., Juju, U., Khairani, Z., & Soviyanti, E. (2023). Can Product Quality Improve Purchase Decisions in E-Commerce and Social Media through Customer Loyalty and Trust?. *Binus Business Review*, 14(2), 147-161.
- Nova, M. (2018). *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: Pustaka Mitra.
- Nurfauzi, Y., & Wulandari, W. (2025). Customer Satisfaction On Social Media: Analysing Sentiment And Brand Perception Through Big Data. *International Journal Of Economic Literature*, 3(4), 222-234.
- Permatasari, D. C., & Tjahjaningsih, E. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Paket Data Telkomsel. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 296-312.
- Pranandha, K. E. S., & Kusumadewi, N. M. W. (2022). *Peran Word of Mouth Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Priyadi, A., Widayati, C. C., Perkasa, D. H., Abdullah, M. A. F., & Ekhsan, M. (2024). Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Gramedia Mall Central Park. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 6(3), 781-791.

- Putrigarini, D. (2024). *Pengaruh online customer review dan online customer rating terhadap purchasing decisions online shop*. Jurnal Unigal, 5(4), 110–120.
- Rahmawati, A. I. (2022). 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(1), 18-23.
- Rustam, T. A., & Hikmah, H. (2022). Citra merek, kualitas produk dan harga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada produk private label (studi kasus pelanggan Alfamart Villa Muka Kuning Batam). *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(2), 331-340.
- Rustam, T. A., & Ningsih, S. W. (2024). Pengaruh Respon Konsumen, Daya Tarik dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Alfamart Buana Impian Batam. *eCo-Buss*, 7(1), 485-494.
- Sahara, N., Asnawi, M., & Firah, A. (2023). Pengaruh kualitas produk dan harga produk terhadap keputusan pembelian pada pt. hari rezeki kita semua di medan. *Journal Economic Management and Business*, 2(1), 189-204.
- Sani, S. A., Batubara, M., Silalahi, P. R., Syahputri, R. R., & Liana, V. (2022). Pengaruh promosi, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk scarlett whitening. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1327-1342.
- Setianingsih, W. E. (2022). Analisis Pengaruh Promosi, E-WOM Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 88-95.
- Sitinjak, T. J. R., & Silvia, V. (2022). Pengaruh online customer review dan online customer rating terhadap keputusan pembelian. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(8), 3669-3674.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yanti, M. N., Sadat, M. A., & Sari, D. A. P. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Product Quality Terhadap Purchase Decision Produk Body Care di Jabodetabek. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 4(1), 98-113.
- Zusmawati, Z., & Rani, A. (2023). Pengaruh Layanan Cash On Delivery (COD) Dan Online Costumer Review (OCR) Terhadap Keputusan Pembelian Pada (E-Commerce) Shopee di Kota Pariaman. *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 587-596.