

DAFTAR PUSTAKA

- Akhyani, A. A. (2023). Pengaruh Persepsi Kualitas, Persepsi Harga, Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image. *Equivalent : Journal Of Economic, Accounting and Management*, 1(2), 75–92. <https://doi.org/10.61994/equivalent.v1i2.51>
- Altaka, S., Zapata, R., Purba, A. R., Alicia, J., Nasution, A. A., Sitanggang, L. K., & Marakali, O. (2025). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa S1 FISIP Universitas Sumatera Utara). *Jurnal Universitas Dharmawangsa*, 19(1), 54–65.
- Arbaini, P., Wahab, Z., & Widiyant, M. (2020). Pengaruh Consumer Online Rating Dan Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace Tokopedia. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7(1), 25–33. <https://doi.org/10.26905/jbm.v7i1.3897>
- Ariesca, A. C., & Saputro, E. P. (2025). Pengaruh Influencer Endorsement Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Originate. 10(1), 19–27.
- Aulia, T., & Ronny. (2024). Analisis Pengaruh Kepercayaan , Keamanan , dan Kualitas yang Dirasakan terhadap Keputusan Pembelian Produk di Aplikasi Shopee. *Dialektika: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 9(September), 262–273. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v9i2.3944>
- Dewi, A. R. K., & Mahargiono, P. B. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Di Thrift Shop Not Bad Secondhand. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(2), 1–14.
- Duana, A. F., & Tjahjaningsih, E. (2024). Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Mediasi Brand Image (Studi Pada Z-Chicken Binaan Baznas Di Kota Semarang). *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(5), 1126–1138.
- Efendi, B., Setiyawan, F., & Astuti, M. (2022). Pengaruh Country of Origin, Citra Merk, Perceived Quality Dan Product Knowledge Terhadap Minat Beli (Studi Pada Sepeda Motor Yamaha Nmax Di Mataram Sakti Wonosobo). *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 2(5), 84–94.
- Firmansyah, S. R., & Ahmadi, M. A. (2025). Pengaruh Digital Marketing dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo di Kota Cirebon. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 3(1), 260–279.
- Fitri, E. M., Hinggo, H. T., & Sulistyandari. (2024). Pengaruh Persepsi Kualitas , Sikap Konsumen , dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Mall SKA Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 3(1), 18–34.
- Hasmoro, Y. B. D., & Bambang, P. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(9), 1–19.
- Jannah, N. S., Kaukab, M. E., & Trihudiyatmanto, M. (2024). Pengaruh Etnosentrisme, Persepsi Kualitas, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Emina (Studi Kasus pada Konsumen di Kabupaten Wonosobo). *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*,

- 4(3), 88–98.
- Jati, A. R. S., & Artadita, S. (2022). Pengaruh Endorsement Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mirai Manajemen*, 7(1), 231–241. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i1.1925>
- Leovina, R., & Utomo, S. B. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi dan Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Wizzmie di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(12), 1–18.
- Lina, R., & Sitohang, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc (Studi Pada Mahasiswa Stiesia Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(7). <https://doi.org/10.37715/jp.v6i2.2029>
- Manurung, E. D., & Sisilia, K. (2024). Pengaruh Endorsement Influencer, Online Customer Review, dan Perceived Quality terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 10(2), 554–565. <https://doi.org/10.29210/020243935>
- Matus, & Evyanto, W. (2025). Pengaruh Customer Review , Customer Rating , dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia (Studi Kasus Di Batam). *YUME : Journal of Management*, 8(1), 578–593.
- Mohamad, T., Juanna, A., Biki, S. B., & Asnawi, M. A. (2024). Pengaruh Celebrity Endorsment Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Ecommerce Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 404–415.
- Prabowo, H., Kurniawan, B., Sutrisno, S., Gultom, H. C., & Pratiwi, R. (2023). Purchasing Decisions in Terms of Perceived Quality, Perceived Price and Digital Marketing Through Brand Image in Non-Star Hotels. *International Journal of Professional Business Review*, 8(8), e02865. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i8.2865>
- Pratiwi, M., & Patrikha, F. (2021). Pengaruh gaya hidup, harga dan influencer terhadap keputusan pembelian di rumah makan se'I sapiku Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1417–1427. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/41930>
- Puspita, C., & Handayani, T. (2024). Pengaruh Endorsment Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian pada Generasi Z: Studi Empiris. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 18(5), 3632. <https://doi.org/10.35931/aq.v18i5.3995>
- Putri, I. D., & Fadilla, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas, Persepsi Nilai Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Halal Network Internasional (HNI) PT. Herbal Penawar Alwahida Indonesia (HPAI). *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 5(2), 128. <https://doi.org/10.32493/frkm.v5i2.12733>
- Putri Pravitasari, L., Esti Masita, D., & Ria Uripi, C. (2024). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Influencer Review, Kepercayaan Merek dan Citra Merek terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening di Kota Purwokerto. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(2).
- Rini, Y. F., Wahyudi, H., & Amrullah. (2022). Pengaruh Online Customer Review

- dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Marketplace Blibli di Kota Padang. *Seminar Nasional Riset Ekonomi Dan Bisnis 2022*, 379.
- Sihaloho, E. M., Sitorus, D. P. M., & Butar-Butar, I. P. (2023). Pengaruh Online Customer Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Di Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Hkbp Nommensen Pematang Siantar. *Journal Sains Student Research*, 1(2), 380–390.
- Sinaga, H. R., & Sitorus, D. H. (2025). Pengaruh Beauty Influencer , Brand Image Dan Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Skincare di Kota Batam. *YUME : Journal of Management*, 8(1), 658–670.
- Siregar, F. P. T., & Nainggolan, N. P. (2023). Pengaruh Endorsement Influencer dan Store Atmosphere Terhadap Kelutusan Pembelian Konsumen Pada G-COFFEE BATAM. *ECo-Fin*, 5(3), 174–184. <https://doi.org/10.32877/ef.v5i3.797>
- Sugiyono. (2019a). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019b). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Sutopo (ed.); ke 2). Alfabeta.
- Supiyandi, A., Hastjarjo, S., & Slamet, Y. (2022). Influence of Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, and Brand Loyalty of Shopee on Consumers' Purchasing Decisions. *CommIT Journal*, 16(1), 9–18. <https://doi.org/10.21512/commit.v16i1.7583>
- Usmiati, E., Ferdinal, A., & Purwanto, K. (2023). The Influence Of Online Customer Review And Online Customer Rating On Purchasing Decisions At The Shopee Marketplace. *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)*, 8(1), 344–355.
- Wahyuningtyas, Y. E. & P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Harga Dan Gaya Hidup (Lifestyle) Terhadap Keputusan Pembelian Kedai Hitz. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(6), 1–18. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/4090/4102/>
- Wiko, & Evyanto, W. (2023). Pengaruh Brand Trust, Word Of Mouth Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Citra Mandiri Distribusindo. *Journal Of Management Review*, 7(1), 867–874.
- Wulandari, H. P., & Subandiyah, A. E. (2022). Pengaruh Ulasan Produk, Harga dan Pembayaran Non Tunai (Shopee paylater) terhadap Keputusan Pembelian pada Market Place Shopee di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 9(2), 80–93. <https://doi.org/10.54131/jbma.v9i2.138>
- Zed, E. Z., Ratnaningsih, Y. R., & Kartini, T. M. (2023). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Cikarang. *Mirai Management*, 1(1), 14–23.