

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Almana, A., & Mirza, A. (2013). The Impact Of Electronic Word Of Mouth Onconsumers' Purchasing Decisions. *International Journal Of Computer Applications*, 82(9), 23–30. [Http://Citeseerx.Ist.Psu.Edu/Viewdoc/Download?Doi=10.1.1.401.8004&Rep=Rep1&Type=Pdf](http://Citeseerx.Ist.Psu.Edu/Viewdoc/Download?Doi=10.1.1.401.8004&Rep=Rep1&Type=Pdf)
- Assael, H. (2014). *Consumer Behavior And Marketing Action*,. Boston: Pws-Kent Publishing Company.
- Audria, N., & Batu, R. L. (2022). Pengaruh *Online Customer Review* Dan E-Service *Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Lazada. *Value: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 17(1), 35-47.
- Ayu, S., & Lahmi, A. (2020). Peran E-Commerce Terhadap Perekonomian Indonesia Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(2), 114. <https://doi.org/10.24036/jkmb.10994100>
- Devaraj, S., Fan, M., & Kohli, R. (2013). E-Loyalty—Elusive Ideal Or Competitive Edge? *Communications Of The Acm*, 46(9ve), 184–191.
- Dharmmesta, B. S., & Handoko, H. (2013). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Bpfe.
- Farki, A., & Baihaqi, I. (2016). Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap Kepercayaan Dan Minat Pembelian Pada Online Marketplace Di Indonesia. *Jurnal Teknik Its*, 5(2). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v5i2.19671>
- Fatihudin, D. (2015). *Metode Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Firdaus, A. A., & Harti. (2016). Pengaruh Kelompok Acuan, Varian Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Windy Collection. *Jurnal Pendidikan Tata Negara*, 4(3), 1–11. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/16334>
- Hawkins, D. I., Best, R. J., & Coney, K. A. (2014). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. Boston: Mcgraw-Hill.
- Hermawan, S., & Amirullah. (2021). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. Malang: Media Nusa Creative (Mnc Publishing).
- Hidayati, N. L. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Riviws Dan

- Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 6(3), 77–84. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/2474>
- Indrawati, D. (2017). Pengaruh Usia, Citra Merek Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab “Zoya.” *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 15(2), 302. <https://doi.org/10.17970/jrem.15.150207.id>
- Kamila, K. T., Suharyono, S., & Nuralam, I. P. (2019). Pengaruh Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Ta 2015/2016–2018/2019 Yang Pernah Membeli Dan Menggunakan Xiaomi Smartphone). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 72(1), 202–211.
- Kotler, P., & Keller, K. . (2016). *Marketing Management 15th Edition* (United State Ofamerica: Pearson Education Limited (Ed.)).
- Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2016). *Principles Of Marketing, Edisi 14*. New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Kurniawan, W., & Agustini, A. (2021). *Metodologi Penelitian Kesehatan Dan Keperawatan*. Cirebon: Cv Rumah Pustaka.
- Lachman, D. A. (2013). A Survey And Review Of Approaches To Study Transitions. *Energy Policy*, 58, 269–276. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2013.03.013>
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online Costumer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla. *Jurnal Mirai Managemnt*, 4(2), 122–136. <https://journal.steamkop.ac.id/index.php/mirai>
- Melati, R. S., & Dwijayanti, R. (2020). Pengaruh Harga Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 8(2), 882–888. <https://forms.gle/T44jvkgvk6xaizwi8>.
- Nasrullah, M. F. (2022). *Analisis Pengaruh Jenis Pemberian Voucher Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee Food Di Kota Surabaya [Upn Veteran Jawa Timur]*. <http://repository.upnjatim.ac.id/5363/>
- Notter, J., & Grant, M. (2018). *When Millennials Take Over: Mempersiapkan Masa Depan Bisnis Yang Luar Biasa Optimis*. Jakarta: Pt Elex Media Komputindo.

- Nugroho, A. S. (2016). *E-Commerce Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: Ekuilibria.
- Prasasti, S., & Prakoso, E. T. (2020). Karakter Dan Perilaku Milineal: Peluang Atau Ancaman Bonus Demografi. *Jurnal Consilia*, 3(1), 10–22.
- Prasetio, A., Ashoer, M., Hutahaean, J., Simarmata, J., Samosir, R. S., Nugraha, H., Jamaludin, Harmayani, Putra, S. H., Irdawati, Ardiana, D. P. Y., Purba, B., & Manullang, S. O. (2021). *Konsep Dasar E-Commerce*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Putri, L., & Wandebori, H. (2016). Factors Influencing Cosmetics Purchase Intention In Indonesia Based On Online Review. *International Conference On Ethics Of Business, Economics, And Social Science*, 1, 255–263.
- Priskila, E. K., Sembiring, C. F., & Mangani, K. S. (2017). Analisis Keputusan Pembelian Di Tokopedia Yang Dipengaruhi Celebrity Endorser, Brand Image, Kelompok Referensi Dan Usia. *Fundamental management journal*, 1(3), 11-19.
- Rahayu, P. D. (2017). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)*, 6(10), 1–20.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2018). *Perilaku Konsumen Edisi Kedua*. Yogyakarta: Pt.Indeks Gramedia.
- Sembiring, Y. B., Rengkung, L. R., & Loho, A. E. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Dunkin Donuts Jalan Sam Ratulangi Kota Manado. *Agri-Sosioekonomi*, 15(1), 99. <https://doi.org/10.35791/Agrosoek.15.1.2019.23374>
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif , Kualitatif , Mixed Methods, Action Research*. Alfabeta Cv.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif , Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta Cv.
- Sujarweni, V. W. (2015). Statistik Untuk Kesehatan. In *Gava Media*.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Yogyakarta: Andi Offset.

Sumarwan, U. (2015). *Model Keputusan Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada.

Sumarwan, U., Noviandi, A., & Kirbrandoko. (2013). Analisis Proses Keputusan Pembelian, Persepsi Dan Sikap Konsumen Terhadap Beras Organik Di Jabotabek. *Pangan*, 22(2), 333–344.

Sunyoto, D. (2015). *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Caps (Center For Academic Publishingservice).

Usman, E. (2016). *Psikologi Konsumen*. Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada.

Yusi, S. (2020). *Statistika Untuk Ekonomi, Bisnis, & Sosial*. Yogyakarta : Andi

