

## DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, A. (2019). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga Di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 7(2).
- Agussalim, M., & Ali, H. (2017). Model Kepuasan Pelanggan: Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Citra Merek Pada Giant Citra Raya Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 21(3), 317–335.
- Almana, A. M. (2013). *The Impact Of Electronic Word Of Mouth On Consumers ' Purchasing Decisions*. 82(9), 23–31.
- Almana, A. M., & Mirza, A. A. (2013). The Impact Of Electronic Word Of Mouth On Consumers' Purchasing Decisions. *International Journal Of Computer Applications*, 82(9), 23–31.
- 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.
- 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(3), 151–164.
- Arhofa, G. A., & Andarini, S. (2023). Pengaruh Influencer Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Apparel. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 11–21.
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2014). *Principles Of Marketing*. Pearson Australia.
- Basu, S. (2011). Irawan, 2001, Manajemen Pemasaran Modern. *Liberty*. Yogyakarta.
- Brown, D., & Hayes, N. (2008). *Influencer Marketing*. Routledge.
- Carissa, T., & Aruman, A. E. (2019). Pengaruh Sales Promotion Dan Influencer Marketing Terhadap Minat Membeli Dalam Mobile Legends. *Lontar: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 45–55.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.
- Dr.Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi Dengan SPSS*.
- Filieri, R. (2015). What Makes Online Reviews Helpful? A Diagnosticity-Adoption

- Framework To Explain Informational And Normative Influences In E-WOM. *Journal Of Business Research*, 68(6), 1261–1270.
- Ghoni, M. A., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Brand Image, Online Customer Review Dan Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 14–22.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th Ed.). Badan Penerbit-Undip.
- Gulliando, D., & Shihab, M. S. (2019). The Effect Of Product Quality, Price And Promotion On The Purchase Decision Of Telkomsel Service Products. *International Journal Of Innovative Science And Research Technology*, 4(9), 419–425.
- Halim, A., & Tyra, M. J. (2021). Pengaruh Online Consumer Review Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Marketplace Shopee. *Buletin Ekonomi: Manajemen, Ekonomi Pembangunan, Akuntansi*, 18(1), 99–120.
- Hananto, D. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda Di Tangsel. *Prosiding SEMNASLIT*.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018b). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 133–146.
- Hasanah, N., Widodo, J., & Zulianto, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Kalengan Abc (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga Di Dusun Kalimati Muncar, Banyuwangi). *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 16(1), 21–26.
- Ichsan, M., Jumhur, H. M., & Dharmoputra, S. (2018). Pengaruh Consumer Online Rating And Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia Di Wilayah Dki Jakarta. *Eproceedings Of Management*, 5(2).
- IDUOZEE, E. E. (2015). *School Of Management The Credibility Of Online Consumer Reviews Case Lumene. December*.
- Ikhsani, K., & Ali, H. (2017). Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Harga Dan Brand Awareness (Studi Kasus Produk Teh Botol Sosro Di Giant Mall Permata Tangerang). *Swot*, 7(3), 523–541.
- Julianti, Y. A. (2019). Pengaruh Online Costumer Review Dan Online Costumer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Online Marketplace (Studi Mahasiswa Universitas Pasir Pengaraian). *Cano Ekonomos*, 8(1), 0–8.

- Khammash, M. (2008). Electronic Word-Of-Mouth: Antecedents Of Reading Customer Reviews In On-Line Opinion Platforms: A Quantitative Study From The UK Market. *Proc. IADIS International Conference WWW/Internet, 2008*.
- Mahendra, S., & Edastama, P. (2022). PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, RATING DAN INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN CASUAL PADA MARKETPLACE. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi, 1(2)*, 21–28.
- Muslih, A. B. M. (2021). *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Aktif Prodi Manajemen Angkatan 2017 UNP Kediri)*. 10.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53.
- Nurhabibah, S., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2022). The Effect Of Online Customer Review And Online Customer Rating On Purchase Decisions At Copyright Grafika Store. *Jurnal Ekonomi, 11(01)*, 221–228.
- Nurlaila, N., & Nainggolan, W. N. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome Pada Witel Medan. *Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Perpajakan, 4(1)*, 33–43.
- Olson, J. P. P. J. C. (2017). Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran. In *Consumer Behavior & Marketing Strategy* (Edisi Kese, P. 258). Salemba Empat.
- Pratiwi, M. I. (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.
- Rahmawati, A. W., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Online Customer Review Dan E-Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal, 4(4)*, 1030–1043.
- Ramadhan, D. F., & Sudrajat, A. (2022). Pengaruh Influencer Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Restoran Gildak Kertabumi Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 8(17)*, 121–132.
- Sangadji, E. M., & Sopiah, S. (2013). The Effect Of Organizational Culture On Lecturers' Job Satisfaction And Performance: A Research In Muhammadiyah University Throughout East Java. *International Journal Of Learning &*

***Development, 3(3), 1–18.***

- Sangkardi, R. (2022). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH DI MANADO. *Jurnal LPPM Bidang Ekososbudkum (Ekonomi, Sosial, Budaya, Dan Hukum)*, 5(2), 1306–1319.
- Sari, C. R., & Hidayat, A. M. (2021). The Influence Of Influencer Marketing And Product Quality On Purchasing Decisions At Uniqlo Telkom University. *E-Proceeding Of Management*, 8(2), 1361–1368. <https://Openlibrarypublications.Telkomuniversity.Ac.Id/Index.Php/Management/Article/Viewfile/14809/14586>
- Septiani, S., & Prambudi, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo. *Journal Of Management Small And Medium Enterprises (Smes)*, 14(2), 153–168.
- Suari, M. T. Y., Telagawathi, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 5(1), 26–33.
- Sugiarti, D. I., & Iskandar, R. (2021). Pengaruh Consumer Review Terhadap Keputusan Pembeli Terhadap Toko Online Shopee. *Jurnal Sosial Teknologi*, 1(9), 954–962.
- Sugiharto, S. A., Ramadhana, M. R., Psi, S., & Psi, M. (2018). Pengaruh Kredibilitas Influencer Terhadap Sikap Pada Merek (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Universitas Telkom). *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, 7(2).
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.
- Supu, L. P., Lumanauw, B., & Poluan, J. G. (2021). Pengaruh Harga Produk, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Smartphone Samsung Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 919–928.
- Sutanto, M. A., & Aprianingsih, A. (2016). The Effect Of Online Consumer Review Toward Purchase Intention: A Study In Premium Cosmetic In Indonesia. *International Conference On Ethics Of Business, Economics, And Social Science*, 53(2), 1689–1699.
- Sutarso, S. (2010). *Marketing In Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tannia, P. V., & Yulianthini, N. N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Merek PCX. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 87–94.

- Telaumbanua, D. D., Purba, M. L., & Ginting, R. M. (2021). Pengaruh Influencer Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Oppo Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia. *JURNAL TEKNOLOGI KESEHATAN DAN ILMU SOSIAL (TEKESNOS)*, 3(2), 23–31.
- Wahyudi, R. (2022). Pengaruh Iklan Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Item Virtual Pada Games Online Mobile Legends. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(5), 563–578.
- Walyoto, S., Sujarwati, S., Manajemen, P., Syariah, B., Uin, F., Mas, R., & Surakarta, S. (2022). Pengaruh Pemasaran Syariah Media Sosial, Kualitas Produk, Harga, Dan Review Pelanggan Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 2210–2220. [Http://Dx.Doi.Org/10.29040/Jiei.V8i2.5958](http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5958)
- Weenas, J. R. S. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4).
- Yustiani, R., & Yunanto, R. (2017). Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi. *Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika (KOMPUTA)*, 6(2), 43–48.
- Zhao, X. (Roy), Wang, L., Guo, X., & Law, R. (2015). The Influence Of Online Reviews To Online Hotel Booking Intentions. *International Journal Of Contemporary Hospitality Management*, 27(6), 1343–1364.