

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Alma, P. D. H. B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta, CV.
- Andrian, R., Cahya, A. D., & Fadhillah, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, Green Product Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kerajinan Gerabah Kasongan: *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(2), 559–574. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i2.1217>
- Cahyani, Sari, & Lingga. (2023). Pengaruh Ekuitas Merek, Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlet Whitening. *Jurnal Ekonomi Integra*, 13(1).
- Fadli, Rivaldo, Y., Victor Kamanda, S., & Yusman, E. (2022). The Effect Of Products, Promotions And Prices On Mizon's Purchasing Decision At Alfamart Sungai Harapan. *Jurnal Mantik*, 6(2), 2393–2399.
- Fandy Tjiptono, P. D. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4).
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. DEEPUBLISH.
- Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2020). Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko Online di Shopee. *Jurnal Teknik ITS*, 9(2). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v9i2.56728>
- Hartin, V. F. (2023). Pengaruh E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Dimediasi Citra Merek dan Kepercayaan Merek Pada Indomaret Cabang Mandalay By Pass. *Jurnal Ilmiah Metadata*, 5(2).
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42. <https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>
- Kotler, & Keller. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran* (A. Pramesta (ed.); Edisi Keen). Penerbit Andi.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (Global Edisi).
- Kurniawati, E. (2022). PENGARUH KEPERCAYAAN DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Konsumen Lazada.co.id di Kota Semarang). *Solusi*, 20(1), 65. <https://doi.org/10.26623/slsi.v20i1.4713>
- Mafaza1, R. A., & Siti Aminah. (2022). PENGARUH SALES PROMOTION DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MARKETPLACE SHOPEE. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 7(2).
- Martini, Sembiring, & Paulus. (2022). Customer Online Customer Rating dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko

- Modeliafashion Pada Marketplace Tokopedia Jakarta. *Journal of Applied Management and Accountig Science*, Vol 4(1).
- Mulyati, Y., & Gesitera, G. (2020). Pengaruh Online Customer Review terhadap Purchase Intention dengan Trust sebagai Intervening pada Toko Online Bukalapak di Kota Padang. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 173. <https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.538>
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan, dan Karakteristik Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 212 Mart di Kota Medan. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199. <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/3594>
- Naufal, M., & Kramadibrata, B. S. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Erigo Di E-Commerce Shopee Di Jakarta Barat. *Jisma*, 1(4), 695–700.
- Noviani, & Siswanto. (2022). Pengaruh Online Consumer Revie, Rating dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Milenial Marketplace Shopee Di Jakarta Selatan. *Jurnal Inovasi Manajemen & Bisnis (JIMB)*, 1(1).
- Pattikawa, S. N., & Hasan, G. (2023). Pengaruh Kepercayaan Dan Minat Repurchase Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja Di E-Commerce Kota Batam. *Technomedia Journal*, 8(1 Juni), 52–66. <https://doi.org/10.33050/tmj.v8i1.1938>
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2018). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran* (Edisi 9). Salemba Empat.
- Pratama, A., Setianingsih, R., Fikri, K., & Riau, U. M. (2023). *PENGARUH BRAND IMAGE , BRAND TRUST DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE IPHONE DI*. 3, 252–263.
- Prof. Dr. Suliyanto, S.E., M. M. (2018). *Metode Penelitian Bisnis* (A. Cristian (ed.)).
- Prof.H.Imam Ghozali, M. Com, Ph.D, C. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Universitas Diponegoro.
- Rahmadhana, R., & Ekowati, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Konsumen Shopee Di Kota Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 629–636. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2239>
- Rahmawati, A. W., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. (2022). *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal Pengaruh Celebrity Endorser , Brand Image , Online Customer Review Dan E-Trust Terhadap Keputusan Pembelian pada Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*. 4(4), 1030–1043. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v4i4>.
- Rosmayanti, M. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue. *Journal on Education*, 05(03).
- Rukmana, I. D. (2022). *Data Penjualan Shopee Periode April-Juni 2022*. Kompas.Co.Id. <https://kompas.co.id/article/data-penjualan-shopee/>.
- Sari, A. C. M., & Lestariningsih, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kepercayaan

- Konsumen Terhadap Loyalitas konsumen Melalui Kepuasan Pelanggan Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Volume 10(5), 1–17.
- Sari, I. G. A. E. P., Anggraini, N. P. N., & Ribek, P. K. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND TRUST DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA PADA VISA AGENT BALI, CANGGU. *Jurnal EMAS*, 3(1).
- Sinaga, Simanihuruk, & Tamba. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, Kualitas Informasi, Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Online Di Medan Melalui Aplikasi Shopee. *KUKIMA: Kumpulan Karya Ilmiah Manajemen*, 2(2).
- Sugiyono, P. D. (2016). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Supangkat, A. S., & Pudjoprastyono, H. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sariayu Martha Tilaar di Kota Surabaya. *Widya Manajemen*, 4(2), 140–149. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v4i2.2875>
- Tariga, S. R., Peran, S., & Tamba, D. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, Kualitas Informasi dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Online Di Medan Melalui Aplikasi Shopee. *KUKIMA : Kumpulan Karya Ilmiah Manajemen*, 2(1).
- Utomo, Y. T., & Salsabila, A. (2021). PENGARUH PROMOSI, PRODUK, DAN EVENT TERHADAP KEPUTUSAN BELI KONSUMEN ISLAMIC BOOK FAIR SYAKAA ORGANIZER. *VALUTA*, 7(1).
- Wahyuni, D., & Kurniawati, T. (2018). Pengaruh Price Discount, Bonus Pack, Dan Variety Seeking Terhadap Brand Switching Susu Anlene Ke Merek Lain Di Foodmart Basko Grand Mall Padang. *Jurnal Ecogen*, 1(2), 416. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v1i2.4763>
- Widiyawati, W. (2022a). Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2018 UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2).
- Widiyawati, W. (2022b). TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MARKETPLACE SHOPEE PADA MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN BISNIS SYARIAH ANGKATAN 2018 UIN SAYYID ALI RAHMATULLAH TULUNGAGUNG Oleh : *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 356–366.
- Widjaja, Y. R., & Wildan. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(1).
- Wulandari, S., Batlajery, S., & Manuhutu, F. Y. (2023). Pengaruh Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nikki Jaya Roti. *MUSAMUS Journal of Businness & Management*, 5(2).
- Yusuf, R., Hendawati, H., & Wibowo, L. A. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shoppe Terhadap Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515. <https://doi.org/10.38035/JMPIS>

Sumber link:

<https://www.anlene.com/id/ms.html> diakses pada 28 September 2023

<https://www.familymoo.com/home/product/anlene> diakses pada 28 September 2023

[https://www.topbrand-](https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=13&id_subkategori=250&tahun_awal=2019&tahun_akhir=2023&brand1=Anlene&brand2=Entrasol&brand3=HiLo&brand4=Produgen)

[award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=13&id_subkategori=250&tahun_awal=2019&tahun_akhir=2023&brand1=Anlene&brand2=Entrasol&brand3=HiLo&brand4=Produgen](https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=13&id_subkategori=250&tahun_awal=2019&tahun_akhir=2023&brand1=Anlene&brand2=Entrasol&brand3=HiLo&brand4=Produgen) diakses pada 28 September 2023

<https://shopee.co.id/campaigns>) diakses pada 11 November 2023

<https://www.anlene.com/my/en.html> diakses pada 10 Desember 2023

<https://www.medcom.id/rona/kesehatan/0KvGV2YN-anlene-move-now-day-mengajak-wanita-indonesia-lebih-peduli-kesehatan-diri> diakses pada 28 Desember 2023

