

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, A., Rachmawati, A., Kurniawati, D., Kurniawan, B. P. Y., Ambarkahi, R. P. Y., & Subagiyo, A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ayam Crispy (Studi Kasus di Ayam Goreng Nelongso Cabang Jalan Kalimantan, Kabupaten Jember). *J. Manajemen Agribisnis Dan Agroindustri*, 2(2), 108–116.
- Agesti, N., Ridwan, M. S., & Budiarti, E. (2021). *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding The Effect of Viral Marketing , Online Customer Review , Price Perception , Trust on Purchase Decisions with Lifestyle as Intervening Variables in the Marketplace Shopee in Surabaya C. International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 8(3), 496–507.
- Anggraini, W., Permatasari, B., & Putri, A. D. (2023). Pengaruh *Online Customer Review, Online Customer Rating* dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Tiktok Shop. *Jurnal Technobiz*, 6(2), 86–96.
- Dzulqarnain, I. (2019). Pengaruh Fitur *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada *Marketplace* Shopee. In *Repository Universitas Jember*.
- Firmansyah, M. Anang (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Pasuruan: Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, M. Anang (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Pasuruan: Penerbit Qiara Media.
- Kotler, P & Amstrong, G. (2019). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 12), Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler & Keller. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran (Edisi Keenam)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Kholidah, N., & Arifiyanto, M. (2020). *Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal*. Pekalongan: Penerbit NEM.
- Mita Istinaawati, & R.A. Nurlinda. (2024). Pengaruh *Online Customer Review*, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 131–153.
- Mo, Z., Li, Y.-F., & Fan, P. (2015). *Effect of Online Reviews on Consumer Purchase Behavior*. *Journal of Service Science and Management*, 08(03), 419–424.
- Nuraeni, Y. S., & Irawati, D. (2021). Pengaruh *Online Customer Review*, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace Shopee* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ubsi). *Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(4), 439–450.
- Putri, A. R., & Lestari, W. D. (2022). Pengaruh *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, *E-Service Quality* Dan *Price* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace Shopee* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta). *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 1474 – 1481.
- Rahmahyanti, R. N., & Andriana, A. N. (2023). Pengaruh Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Ambassador* dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(4), 1143–1151.
- Rahmawati, E., & Hendra Saputro, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Lip Cream Viva Cosmetics Di Shopee Bandung). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(1), 215–222.
- Selvia, M., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). *the Effect of Price and Product Quality on the Purchase Decision of Scarlett Whitening Products on Students*

of the Faculty of Economics and Business Sam Ratulangi Manado University. Emba, 10(4), 320–330.

Sahir, Syafrida Hafni. (2022). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Karya Bakti Makmur Indonesia.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni. (2022). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru.

Sutantio, R. A. (2024). Kepuasan Konsumen Beras Putri Koki Premium Di Kabupaten Jember. *1(1)*, 19–26.

Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran (Prinsip dan Penerapan)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.