

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiah, A., Rahman, T., & Nurtartono, A. (2023). *Keputusan pembelian dalam konteks perilaku konsumen digital*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 15(2), 112–123.
- Almayani, N., & Graciafernandy, M. (2023). *Pengaruh online customer review terhadap keputusan pembelian di marketplace Shopee*. *Jurnal Pemasaran*
- Arianto, D. (2023). *Dimensi keputusan pembelian konsumen pada produk kosmetik lokal di Indonesia*. *Jurnal Manajemen dan Inovasi*, 7(3), 201–215.
- Arinawati, D. (2021). *Kualitas produk dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 11(4), 55–66.
- Afifatul Mukarromah. (2023). *Pengaruh online customer review dan online customer rating terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee*. *Journal of Creative Student Research*, 1(6), 199–207. <https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v1i6.2956>.
- Aziiz, A. K. N., & Zaini, A. (2024). *Pengaruh online customer review dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk Erigo di marketplace Shopee*. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 10(1), 41–47. <https://doi.org/10.33795/jab.v10i1.3601>.
- Azis, M. A. A., Muniroh, L., & Sundarta, M. I. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian*. *Indonesian Journal of Innovation Multidisipliner Research*, 2(1), 10–19. <https://doi.org/10.31004/ijim.v2i1.67>.
- Al Hamli, S. S., & Sobaih, A. E. E. (2023). *Factors influencing consumer behavior towards online shopping in Saudi Arabia amid COVID-19*. *Journal of Risk and Financial Management*, 16(1), 36. <https://doi.org/10.3390/jrfm1601003611>.
- Baines, P., Fill, C., & Rosengren, S. (2021). *Marketing* (6th ed.). Oxford University Press.
- Cesariana, A., Dewi, S., & Pratama, R. (2022). *Dimensi kualitas produk dan implikasinya terhadap loyalitas pelanggan*. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 19(1), 77–90.

- Dewi, T. K., Harahap, R., & B., M. (2024). *Pengaruh kualitas produk dan online customer review terhadap keputusan pembelian sepatu Ventela di marketplace Shopee pada mahasiswa aktif Universitas Pembangunan Panca Budi Medan*. EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, 3(4), 1280–1290. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i4.3611>.
- Filieri, R., & McLeay, F. (2021). *E-WOM and consumer behavior: The role of online customer reviews*. *Journal of Business Research*, 124, 372–389.
- Fadila, F. N., Ekawati, E., & Sari, E. O. (2024). *Pengaruh kualitas produk dan online customer review terhadap keputusan pembelian produk minuman es teh Indonesia di Yogyakarta*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahakarya Asia.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, H. (2022). *Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada industri kosmetik lokal*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 8(2), 135–148.
- Gravina Evelyn, & Angelica Herly. (2024). *Pengaruh Online Customer Review Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Di Shopee*. *Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 3(1), 131–145. <https://doi.org/10.59031/jkpim.v3i1.524>.
- Hasanah, N., Maduwinarti, A., & Mulyati, A. (2025). *Pengaruh online customer review dan product knowledge terhadap keputusan pembelian produk Implora melalui Shopee pada masyarakat di Kota Surabaya*. *Research Journal of Social Science and Economics*, 1(3), 1633–1646. Retrieved from: <https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/rejosse/article/view/8947>.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (16th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2022). *Principles of marketing* (18th ed.). Pearson.
- Masfurfah, N., Sari, D., & Wibowo, E. (2025). *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Wardah*. *Journal of Economic and Business*, 2(1), 92–103. <https://doi.org/10.52298/joebis.v2i1.124>.
- Masfurfah, N., Sari, D., & Wibowo, E. (2025). *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Wardah*. *Journal of Economic and Business*, 2(1), 92–103. <https://doi.org/10.52298/joebis.v2i1.124>.
- Putri, A., & Nugroho, B. (2023). *Tren industri kosmetik Indonesia di era digitalisasi*. *Jurnal Pemasaran Indonesia*, 14(2), 95–107.

- Priangga, I., & Munawar, F. (2022). Pengaruh online customer review dan online customer rating terhadap keputusan pembelian di marketplace Lazada (studi pada mahasiswa di Kota Bandung) *Jurnal Bisnis, Manajemen & Ekonomi*, 19(2),399–413.
<https://doi.org/10.33197/jbme.vol19.iss2.2021.815>.
- Rahmawati, I., & Santoso, A. (2024). *Online review sebagai determinan keputusan pembelian di e-commerce Shopee*. *Jurnal Bisnis dan Teknologi*, 12(1), 44–57.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2022). *Consumer behavior* (12th ed.). Pearson Education.
- Susanto, E. & Putri, D. (2021). *Promosi, kepercayaan, dan pengalaman terhadap keputusan pembelian konsumen*. *Jurnal Manajemen Terapan dan Bisnis*, 4(2),87–99.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2022). *Strategi pemasaran* (5th ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Widjanarko, A., Setiawan, A., & Putra, D. (2023). *Analisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian online*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Online*, 9(3), 201–215.