

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar Manggala. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aerostreet.
- Alfiah, A., Suhendar, A., & Yusuf, M. (2023). SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Vinyl Flooring Merek Taco di CV Indosanjaya Kota Bandung. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 492–503.
- Anaswati, N. Q. (2020). Pengaruh Sikap, Gaya Hidup, Pekerjaan, Dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Boy di Kabupaten Trenggalek Dalam Prespektif ekonomi Islam.
- Aprilia, I. E., Putri, A. B., & Sanusi, A. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Warung Mie Aceh Jamboe Raya Bandar Lampung.
- Artameviah, R. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (*Studi pada Konsumen Shopee di Jakarta*).
- Auliya, Z., Umam, M., & Prastiwi, S. (2017). *Online Costumer Reviews (OTRs) dan Rating: Kekuatan Baru pada Pemasaran Online di Indonesia Online Costumer Reviews (OTRs) dan Rating: New Era in Indonesia Online Marketing* (Vol. 8, Issue 1).
- Chang, L. (1994). *A Psychometric Evaluation of 4-Point and 6-Point Likert-Type Scales in Relation to Reliability and Validity*.
- Chou, P.-N. (2012). Effect of Students' *Self-Directed Learning Abilities on Online Learning Outcomes: Two Exploratory Experiments in Electronic Engineering*. In *Article in International Journal of Humanities and Social Science* (Vol. 2, Issue 6).
- Dwijantoro, R., Dwi, B., & Syarief, N. (2022a). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Marketplace* Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 63.
- Ernawati, R., Dwi, A. B., & Argo, J. G. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98.
- Farki, A., Baihaqi, I., & Wibawa, B. M. (2016). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Rating* Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia. *JURNAL TEKNIK ITS*, 5.

- Fauzan Pramudita. (2023). Pengaruh Brand Image Sepatu Aerostreet Terhadap Loyalitas Konsumen (Survey pada Followers akun Instagram @aerostreet.shoe).
- Filieri, R., & McLeay, F. (2014). *E-WOM and Accommodation: An Analysis of the Factors That Influence Travelers' Adoption of Information from Online Reviews*. *Journal of Travel Research*, 53(1), 44–57.
- Firmansyah, M. A., & Mahardhika, B. W. (2018). Pengantar Manajemen (ED.1). CV Budi Utama.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis *Multivariate* Dengan Program IBM SPSS 25 (Ed. 9). Diponegoro University Press.
- Ghozali, I., & Lantan, H. (2015). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3 untuk penelitian empiris* (Ed. 2). Diponegoro University Press.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (Edisi 17). Harlow : Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). Manajemen Pemasaran (13th ed., Vol. 13). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen* (15th Edition). Pearson Education.
- Laksana, M. F. (2019). Praktisi Memahami Manajemen Pemasaran (Khalifah Mediatama).
- Limakarisna, N., & Purba, T. P. (2019). Manajemen Pemasaran : Teori dan Aplikasi Dalam Bisnis di Indonesia (Ed.3., cet.1.). Mitra Wacana Media.
- Lupoyoardi, R., & Hamdani, D. A. (2006). Manajemen Pemasaran Jasa (Edisi 2). Salemba Empat.
- Mahyarni. (2013). *Theory of Reasoned Action dan Theory of Planned Behavior* (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku).
- Manggala, S. (2017). “Pemaknaan Fashion Bagi Indonesia Sneakers Team Surabaya” (*Studi Gaya Hidup pada Komunitas Indonesia Sneakers Team Surabaya*).
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji.
- Megawati, M., & Sidanti, H. (2022). Analisis Pengaruh Promosi dan Harga Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bangunan di Kecamatan Balerejo Kabupaten Madiun.
- Megawati, S. N. M. (2018). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* Terhadap Minat Pembelian Pada Online Shop (Studi Kasus : Pelanggan Online Shop Lazada Pada Mahasiswa FEB UNILA). Skripsi. Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Lampung, Bandar Lampung.

- Melati, R. S., & Dwijayanti, R. (2020). Pengaruh Harga dan *Online Consumer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8.
- Mokodompit, H. Y., Lopian, S. L. H. V. J., & Roring, F. (2022). Pengaruh *Online Customer Rating*, Sistem Pembayaran *Cash on Delivery* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian di Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa dan Alumni Equil Choir FEB UNSRAT).
- Mulyadi, M. N. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lapis Talas Kujang Bogor untuk Keperluan Usaha Waralaba. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(3), 511–518.
- 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.
- Munika Afrilia, L., & Sidanti, H. (2023). Pengaruh *Digital Marketing, Electronic Word of Mouth*, dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Telur Asin Ramadani di Keresidenan Madiun.
- Nafli, A. (2019). Hubungan Antara Citra Diri Dengan Perilaku Konsumtif Membeli Produk Makeup Pada Wanita Karir.
- Nasution, A., Putri, L., & Lesmana, M. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan.
- 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).
- Nuraeni, Y. S., & Irawati, D. (2021). *The Effect of Online Customer Review, Quality Product, and Promotion on Purchasing Decision Through SHOPEE Marketplace (A Case Study of UBSI College Student)* (Vol. 9, Issue 4).
- Onny Fitriana Sitorus. (2017). *Strategi Promosi pemasaran i*.
- Purna Yudha, E., Zahira, G., & Gabero, D. S. (2024). Analisis faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian di Shopee *Analysis of Factors That Influence Purchasing Decisions at Shopee*.
- Putri, L., & Wandebori, H. (2016). *Factors Influencing Cosmetics Purchase Intention in Indonesia Based on Online Review*.

- Romadon, A. S., Pramusinto, M. A., & Kamelia, S. N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(3), 259–269.
- Sangadji, & Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen.
- Sarwono, J. (2010). Pengertian Dasar Structural Equation Modeling (*SEM*).
- Shafwa, A. F., Frihangrahita, N. F., Firdaus, A. R. P., & Listyani, R. H. (2023). Stereotype Mahasiswa terhadap Gaya Fashion Laki-laki Feminis di Lingkungan Kampus. *Jurnal Hawa: Studi Pengarus Utamaan Gender Dan Anak*, 5(2).
- Sholikah. (2021). Manajemen Pemasaran Saat ini dan Masa Depan.
- Sugiyono. (2008). Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D). Alfabeta Bandung.
- Sunyoto, D. (2012). Dasar-Dasar Manajemen : Pemasaran Konsep, Strategi, dan Kasus (Cet. 1). CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(2).
- Thakur, R. (2018). *Customer engagement and online reviews. Inside Bhavans College Campus, Volume 41*.
- Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran (Edisi 3). CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). Pemasaran Strategik : Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategik, *Customer Satisfaction*, Strategi Kompetitif Hingga *E-Marketing* (Edisi 3). Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran* (Ed.I). Andi.
- Walyoto, S., & Sujarwati, 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.
- Xie, Karen, Chen, Chien, C., & Shin-YI, W. (2016). *Online Consumer Review Factors Affecting Offline Hotel Popularity: Evidence from TripAdvisor. Journal of Travel and Tourism Marketing*, 33(211–223).
- Zainurossalamia, S. (2020). Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi (Hamdan). Forum Pemuda Aswaja.
- Zed, E. Z., Ratnaningsih, Y. R., Tri, D., & Kartini, M. (2023). Jurnal Mirai Management Pengaruh *Online Customer Review* Dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian *Online* di *E-commerce* pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Cikarang. 8(2), 436–452.

