

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Amaral, A. M. B., Dewi, L. K. C., & Ximenes, L. (2022). The Influence of Price and Promotion to Trust and Purchasing Decision: A Case Study at Aportil IP, Timor-Leste. *Journal of Digitainability, Realism & Mastery (DREAM)*, 1(03), 30–45. <https://doi.org/10.56982/journalo.v1i03.27>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Basu, S. (1996). Procyclical productivity: increasing returns or cyclical utilization? *The Quarterly Journal of Economics*, 111(3), 719–751.
- Bazerman, M. H., Loewenstein, G., & Moore, D. A. (2002). Why good accountants do bad audits. *Harvard Business Review*, 80(11), 96–103.
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzudin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminsitrasi Dan Pelayanan Publik*, 10(1), 104–112.
- Eppen, G. D., Gould, F. J., Weatherford, L. R., & Moore, J. H. (1998). *Introductory management science: Decision modeling with spreadsheets* (Vol. 1). Pearson College Division.
- Ghozali. (2018). *Stie Indonesia. Bab III Metoda Penelitian*, 1–9.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Edisi 2*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Gimnastiar, G. N. (2024). Pengaruh Online Customer Review Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela. *Media Mahardhika*, 23(1), 96–104. <https://doi.org/10.29062/mahardhika.v23i1.1206>
- Grandon, E. E., & Mykytyn, P. P. (2004). Theory-based instrumentation to measure the intention to use electronic commerce in small and medium sized businesses. *Journal of Computer Information Systems*, 44(3), 44–57. <https://doi.org/10.1080/08874417.2004.11647581>
- Hastuti, A. P., Rahayu, L. P., H.S, A. K., Purwanto, H., & Safitri, U. R. (2024). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengiriman di Cabang J&T Express di Boyolali. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 12(1), 150–158.

- Huzaifa Salman, M. (2024). *Impact Of Online Reviews And Ratings On Consumer Purchase Decisions In E-Commerce*. 12(4), 2320–2882. www.ijcrt.org
- Ibrahim, M. M., & Mamdouh, H. A. (2025). The Impact of Online Customer Reviews (OCRs) On Consumer Purchasing Decision. *Arab Journal of Administration*, 2(45), 227–244. <https://doi.org/10.21608/aja.2022.130150.1225>
- Karina, M., & Sari, N. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online TikTok Shop. *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora*, 6(2), 101–116. <https://doi.org/10.33753/madani.v6i2.277>
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent Teori dan Praktik*. Jakarta : RajaGrafindo Persada.
- Madeira, V. L., Dewi, L. K. C., & Ximenes, L. (2023). The Influence of Service Quality, and Product Quality on the Decision to Purchase Gota Water in Dili. *Journal of Digitainability, Realism & Mastery (DREAM)*, 2(12), 463–474. <https://doi.org/10.56982/dream.v2i12.189>
- Mita Istinawati, & 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. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i2.750>
- Mulyadi, M., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada PT Lautan Berlian Utama Motor Jakarta Barat. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(1), 147–154. <https://doi.org/10.37481/jmeh.v4i1.680>
- Novita, A., & Soeparto, A. W. H. (2023). Pengaruh Review Online, Kualitas Layanan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian di platform Shopee. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 8(6), 728–746.
- Penora, Y., Fauzi, D., & Dermawan, A. (2022). Perilaku Konsumen Kopi di Parewa Coffee Shop Kota Padang. *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis) : Jurnal Agribisnis Dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*, 7(5), 182–189. <https://doi.org/10.37149/jia.v7i5.63>
- Pereira, G. V., Dewi, L. K. C., & Soares, A. da C. (2024). The Influence of Marketing Mix and Service Quality on Purchasing Decisions Mediated by Consumer Satisfaction at Timor Telecom. *Journal of Digitainability, Realism & Mastery (DREAM)*, 3(02), 8–21. <https://doi.org/10.56982/dream.v3i02.204>
- Purnama, I. B. O. V., & Nainggolan, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop “Gula Kopi.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 8(3), 1–13.

- Rahayu, M., & Tajuddien, R. (2024). Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jaya Sampurna Toko. *JEAC : Journal of Economic Academic*, 1(2), 74–84.
- Rahma, D. E., Nasution, S. L., & Broto, B. E. (2024). Pengaruh Harga, Lokasi, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Café Raja Bakso Rantauprapat. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(4), 4703–4713.
- Septadiana, A., & Suprihhadi, H. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bandeng Juwana Tidar Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 13(9), 1–15.
- Sopiyan, P. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 249–258. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.1057>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Suryani, M., Adawiyah, N. N., & Syahputri, E. B. (2022). Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Sociolla Pada Masa Pandemi Covid-19. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research* , 1(1), 49–74. <https://journal.formosapublisher.org/index.php/fjmr>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utami, F. W., & Istiyanto, B. (2024). Pengaruh Online Customer Review , Harga , dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Vaseline (Studi Kasus Pada Konsumen Hand and Body Lotion Vaseline Di Solo Raya). *Kampus Akademin Publising: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 756–769.
- Werner, H. (2004). *Comparative psychology of mental development*. ISD LLC.
- Widiarta, I. K. A., Atmaja, N. P. C. D., & Manek, D. (2024). Pengaruh Online Customer Review, Kewajaran Harga, Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menginap di Hotel Holiday INN Express Baruna Bali. *Jurnal EMAS*, 5(10), 126–145.