

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, E. D., M. Edo Suryawan Siregar, & Dewi Agustin Pratama Sari. (2022). Measuring Purchase Decision Tendencies of Jakarta Special Region E-Commerce Consumer. *Jurnal Dinamika Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 19–32. <https://doi.org/10.21009/jdmb.06.1.2>
- Adrian Radiansyah, A. D. (2022). THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND PROMOTION ON PURCHASE DECISION AT DAHARI STORE KOTA PANGKAL PINANG (Case Study On Customers In The City Of Pangkal Pinang 2022). *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.
- Amarazka, V., & Dewi, R. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Portobello Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 507–513. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28791>
- Atmaja, D. P., & Adiwinata, M. F. (2017). Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 1(2), 551–562.
- Effendi, Z. R., Endri, S., & Nursina. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Isotonik Mizone. *Jurnal Ekonomika*, 5(March), 25–27.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>
- Fachmi, M., & Sinau, H. (2022). *Pengaruh Ulasan Pelanggan Online dan Pemasaran Influencer di Shopee Keputusan Pembelian Perkenalan Pemanfaatan internet dan media sosial sebagai media bisnis online dan belum memiliki pemahaman yang memadai tentang legalitas dalam berinteraksi secara onli.* 44–52.
- Fauziah, Y., Dwikotjo, F., Sumantyo, S., & Ali, H. (2023). *Pengaruh Online Consumer Review , Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap*

Keputusan Pembelian. 1(1), 48–64.

Hair, J., Anderson, R., Babin, B., & Black, W. (2010). Multivariate Data Analysis.pdf. In *Australia : Cengage: Vol. 7 edition* (p. 758).

Huang, T., Chen, W., Chen, C., & Silalahi, A. D. K. (2022). *Artikel Penelitian Memahami Pengaruh Ulasan Produk di YouTube Perilaku Pembelian Konsumen di Indonesia : Sebuah Eksplorasi Menggunakan Paradigma Stimulus-Organisme-Respons. 2022.*

I Gede Rihayana, Putu Pradiva Putra Salain, P. A. E. R. and N. K. M. A. (2022). *THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE , AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASE. January.* <https://doi.org/10.35409/IJBMER.2021.3345>

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>

Kianpour, K., Jusoh, A., & Asghari, M. (2014). Environmentally friendly as a new dimension of product quality. *International Journal of Quality and Reliability Management, 31(5), 547–565.* <https://doi.org/10.1108/IJQRM-06-2012-0079>

KOTLER, PHILIP, K. L. K. (2012). Sport public relations and communication. In *Sport Public Relations and Communication.*
<https://doi.org/10.4324/9780080886114>

Lackermair, G., Kailer, D., & Kanmaz, K. (2013). Importance of Online Product Reviews from a Consumer’s Perspective. *Advances in Economics and Business, 1(1), 1–5.* <https://doi.org/10.13189/aeb.2013.010101>

Mu’nis, H., & Komaladewi, R. (2020). Analisis komparatif online customer review dan survey customer review marketing mix. *Jurnal Ekonomi Modernisasi, 15(3), 138–148.* <https://doi.org/10.21067/jem.v15i3.4476>

Othman, B. A., Harun, A., Rashid, W. N., Nazeer, S., Kassim, A. W. M., & Kadhim, K. G. (2019). The influences of service marketing mix on customer

- loyalty towards umrah travel agents: Evidence from Malaysia. *Management Science Letters*, 9(6), 865–876. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.3.002>
- Progrm, N. P. (2021). Pengaruh E-Trust Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Tokopedia Di Jombang). *Jurnal EK&BI*, 4, 2620–7443. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v4i2.357>
- Ramadhani, D. D., & Saino, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dimsum Mbeledos Surabaya. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5(1), 553–563. <https://doi.org/10.22437/jssh.v5i1.14175>
- Rarung, J., Lumanauw, B., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh online customer review, online customer rating, dan customer trust terhadap customer purchase decision fcoffee dan roastery manado. *Jurnal EMBA*, 10(1), 891–899.
- Rezana Agustyan, M. B. (2020). *Analisis Pengaruh Online Consumer Review, Warranty Product dan Brand Trust Terhadap Purchase Decision Smartphone Xiaomi di Kabupaten Kebumen*. 2(April), 240–250.
- Saputri, S. A., & Novitaningtyas, I. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Review Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Among Makarti*, 15(1), 65–76. <https://doi.org/10.52353/ama.v15i1.243>
- Silalahi, U. (2018). *Metodologi Analisis Data Dan Interpretasi Hasil* (N. F. Atif (ed.)).
- Siti Nuraeni, Y., & 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). *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(4), 439–450. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/index>
- Sugiyono, P. D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Alfabeta.

- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 74–85. <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i1.1714>
- Tianjin, U., Manajemen, D., Manajemen, I., Bisnis, S., Sydney, U., Wang, X., Guo, J., & Sydney, U. (2020). *pada ulasan pelanggan online*. 30(2). <https://doi.org/10.1108/INTR-09-2018-0415>
- Wang, N., & Wang, H. Z. (2018). *mengkonsolidasikan harga , kepercayaan dan ulasan online*. <https://doi.org/10.1108/K-03-2018-0143>
- Winalda, I. T., & Sudarwanto, T. (2022). Pengaruh Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Bebek Sinjay Bangkalan. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (JPIM)*, 5(3), 229–245. <https://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jpim>
- Zhao, X. (Roy), Wang, L., Guo, X., & Law, R. (2015). The influence of online reviews to online hotel booking intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(6), 1343–1364. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-12-2013-0542>