

DAFTAR PUSTAKA

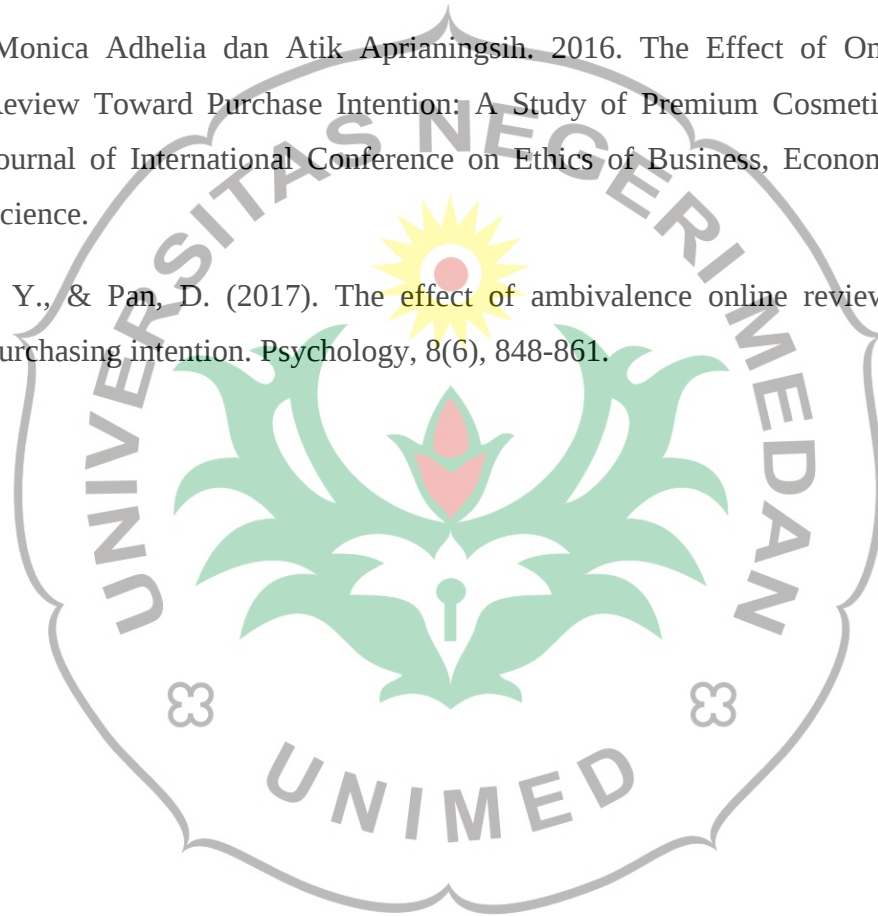
- Afrizal dan Fithriawan. (2022). The Effect of Promotion, Price, And Brand Image on Purchase Decisions on *E-commerce* Shopee In Pangkalpinang City. International Journal of Economics, Bussiness and Accounting Research (IJEBAR), 6(3)
- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek , Harga , dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. 6(1).
- Anand, S. N. (2021). Don't Want To Share Cake? Get A Bento. India: TheHindu
- Arif, M. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Fastfood Indonesia Store KFC Raja Medan. Jurnal Ilmiah Maksitek, 1(1), 12–19.
- Dzulqarnain, Iskandar. 2019. Pengaruh Filtur Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember
- Ferdinand, Augusty. (2014). Metode Penelitian Manajemen, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Firmansyah, M. A. (2019). Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran). Surabaya: Deepublish.
- Kotler & Amstrong. (2018). Prinsip-Prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler & Amstrong. (2017). Prinsip Pemasaran, Edisi pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler & Keller. (2017). Manajemen Pemasaran. Edisi 1. Alih bahasa: Bob Sabran. Jakarta :Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Madina dan Osa. (2021). Pengaruh Ulasan Produk Terhadap Keputusan PembelianKonsumen Produk Fashion Pada *E-commerce* Shopee. e-Proceeding of Management, 8(4). 3282.

- Resmawa, ira ningrum, & siti masruroh. (2022). Pengaruh Quality of Website , Brand Resonance dan Online Customer Review terhadap Purchase Intention pada Konsumen Agoda . com di Surabaya. Jurnal IKRAIT-HUMANIORA, 6(1), 67–76.
- Rifa'I, B., Mitariani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu perdana Internet di Gallery Smartfren Denpasar, Emas, 1 (1), 31-42
- Rizal, Achmad. 2020. Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0. Yogyakarta: Deepublish.
- Rohmat, B. (2019). pengaruh kualitas produk, promosi. Ayan, 8(5), 55.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). Perilaku Konsumen. Jakarta: PT. Indeks.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L., L. 2018. Perilaku Konsumen, Edisi 7. Alih Bahasa: Zoelkifli. Jakarta : Indeks.
- Shafa, P.M. and Hariyanto, J. (2020) 'The Influence Of Prices , Product Reviews And Payment Methods On Purchase Decisions In Online Shopping Through The Shopee Application (Case Study on Shopee Application Users in Bekasi)', Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Indonesia, pp. 1–17
- Sri Rezeki, & Ninie. (2019). Pengaruh Harga, Online Customer Review Dan Fasilitas Terhadap Tingkat Hunian Di Pt. Karya Cipta Pesona (Aryaduta Medan). Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya : Penelitian Ilmu Manajemen, 5(1), 1–12.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Anggota Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI).
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Edisi Kedua. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung.: Penerbit CV. Alfabeta.

Sutanto, Monica Adhelia dan Atik Aprianingsih. 2016. The Effect of Online Consumer Review Toward Purchase Intention: A Study of Premium Cosmetic in Indonesia. *Journal of International Conference on Ethics of Business, Economics and Social Science*.

Zhao,Wu, Y., & Pan, D. (2017). The effect of ambivalence online review on consumer purchasing intention. *Psychology*, 8(6), 848-861.



THE *Character Building*
UNIVERSITY