

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, K., & Nurlinda, R. A. (2022). *Pengaruh Influencer Marketing Dan Online customer review Terhadap Purchase Intention Melalui Perceived Value Produk Serum Somethinc*. SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan, 1(11), 2383-2398.
- Astuti, S. I., Arso, S. P., & Wigati, P. A. (2015). indikator OCR. Analisis Standar Pelayanan Minimal Pada Instalasi Rawat Jalan Di RSUD Kota Semarang, 3(2012), 103–111.
- Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo. (2013). *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Chen, Y., Wu, X., Liao, H., & Kou, G. (2023). *Consumer preference disaggregation based on online reviews to support new energy automobile purchase decision*. Procedia Computer Science, 221, 1485-1492.
- Databoks (2023) katadata.co.id/
- Fakhrudin, A., Yudianto, K., She Melly, Y. A., & Transportasi, M. (2021). *Word of mouth marketing berpengaruh terhadap keputusan pembelian*. Forum Ekonomi, 23 (4), 648–657.
- Fandy Tjiptono. (2014). *Pemasaran Jasa, Edisi Kelima*. Yogyakarta: Andi Offset
- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen* (5th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fernandes, S., Panda, R., Venkatesh, V. G., Swar, B. N., & Shi, Y. (2022). *Measuring the impact of online reviews on consumer purchase decisions—A scale development study*. Journal of Retailing and Consumer Services, 68, 103066.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Gulliando, D., & Shihab, M. S. (2019). *The effect of product quality, price and promotion on the purchase decision of telkomsel service products*. International Journal of Innovative Science and Research Technology, 4(9), 419-425.
- Hakim, A. F., Rachma, N., & Normaladewi, A. (2023). *Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen TikTok Shop (Studi Pada Mahasiswa FEB Angkatan 2019 Universitas Islam*. E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen, 12(02).

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.

info.populix.co/product/consumer-trend-report.2023

iPrice. (2023). Peta E-Commerce Indonesia.

Kambali, I., & Syarifah, A. (2020). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Billionaire Store Bandung). *Pro Mark*, 10(1).

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). United States: Pearson Education.

Kotler, Philip & Amstrong Gary. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12. Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip & Keller. (2016). *Marketing Management*. Sixteenth

Kotler, Philip, dan Gery Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi* (4th ed.). Jakarta: Erlangga.

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.

Latief, F., & Ayustira, N. (2020). *Pengaruh Online Costumer Review dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla*. *Jurnal Mirai Management*, 6(1), 2597–4084.

Mulyana, S. (2021). *Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee di Pekanbaru*. *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 185–195.

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),

Nabila, V. A., & Habib, M. A. F. (2023). *Pengaruh Content Marketing Aplikasi Tiktok, Online customer review, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Masker Camille Beauty*. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 590-601.

Rosalinda, R., & Suryani, W. (2023). *Pengaruh Online Customer Review Dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Wardah Di*

Tiktok Shop (Pada Orang Muda Katolik Paroki Aekkanopan). Innovative: Journal Of Social Science Research, 3(2), 7001-7012.

Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi.

Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*, Edisi 1. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

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.

Tarmidi, D. (2021). *The Effect of Product Innovation and Price on Purchasing Decisions on Shopee Users in Bandung in 2021*. Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT), 12(4), 747-753.

Warningrum, S. L. (2023). *Pengaruh Promosi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*. Jurnal Riset Manajemen, 1(3), 13-21.

Yuliani, M. P. (2021). *Pengaruh Harga dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Tokopedia* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha).

Yunus, I., & Ariawan, A. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen: Perspektif Online Consumer Review*. PRAGMATIS, 3(1), 36-47.

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