

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, R. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki di Universitas Muhammadiyah Surabaya. *Business and Finance Journal*, 2(1), 29-43.
- Asmas, D., & Tarmizi, A. (2021). Pengaruh Budaya dan Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instant Merk Indomie. *Jurnal Manajemen dan Sains*, 6(2), 454-459.
- Elida, T., & Raharjo, A. *Pemasaran Digital*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: Quara Media.
- Hapsara, O., & Sakinah, AS. (2015). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Yaris Pada PT. AGUNG TOYOTA Jambi. *EKSIS: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 6(2), 19-32.
- Hendrayani, et. al. (2021). *Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep)*. Jawa Barat: MEDIA SAINS INDONESIA.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: UNITOMO PRESS.
- Latifa, P., & Harimukti, W. (2016). *FACTORS INFLUENCING COSMETICS PURCHASE INTENTION IN INDONESIA BASED ON ONLINE REVIEW. International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science, ISSN: 2528-617X, 255-263.*
- Maharani. (2023). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Implora Cheek & Liptint* di Shopee. Skripsi. *Universitas Medan Area*.
- Maulidar, C.S. (2022). Pengaruh *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee Dikaji Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi. *Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh*.
- Mufarizzaturrizkiyah., et. al. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Muslim*. Cirebon. CV. ELSI PRO.
- Nugroho, I.A. & Dirgantara I.M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Pemasaran *Online* Terhadap Keputusan Pembelian. *Diponegoro Journal Of Management*, 10(1), 1-11.

Putra, A.P., *et. al.* (2023). Pengaruh Kualitas Makanan dan Ulasan *Online* Terhadap Niat Beli Di Kopi Janji Jiwa Permata Cimahi Pada Aplikasi *Gofood*. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 3(1), 57-64.

Rahmadini, A., & Muslihat, A. (2022). Pengaruh *Online Customer Review* dan *E-Service Quality* Terhadap Minat Beli Pada *Marketplace* Lazada di Media Sosial Facebook. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(6), 1739-1761.

Shifa, L. (2021). Strategi *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* Dalam Bisnis *Online* Di Kota Palangka Raya. Skripsi. *Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya*.

Stefany, F. (2022). Pengaruh *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, Foto Produk dan *Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Konsumen. Skripsi. *Institus Agama Islam Negeri Ponorogo*.

Tua, G. *et. al.* (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersibke Dab Decker Di Citra Nauli Electricsindo Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 140-154.

<https://ppukab.bps.go.id/indicator/12/80/1/penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin.html> diakses pada tanggal 1 Juni 2024

www.databoks.katadata.co.id diakses pada tanggal 4 Desember 2023

www.goodstats.id diakses pada tanggal 4 Desember 2023